

**PERAN *PUBLIC RELATION* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN DI RUMAH SAKIT AWAL BROS PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Serta Melengkapi Syarat-Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S-1) Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru**



Di susun oleh:

HAMRIANTO

10843003823

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2012

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah segala puji bagi ALLAH SWT, atas Rahmat dan Hidayah-Nya yang selalu menunjukkan jalan bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru**. Tidak lupa shalawat beriring salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw, yang telah membimbing umat nya dari alam ke gelapam hingga alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Sungguh merupakan suatu anugrah terbesar dalam kehidupan penulis suatu tugas yang tidak ringan yang harus penulis selesaikan dengan seluruh kemampuan dan kekuatan, dengan melalui banyak halangan dan rintangan, Alhamdulillah penulis berupaya menghadapi dengan penuh kesabaran, ketekunan, pengorbanan dan semangat dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan dan masukan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil.

Pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya serta terima kasih yang teramat dalam yang ditujukan:

1. Bapak Prof. Dr. Amril, M.MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Nurdin A. Halim, M.A. selaku ketua jurusan Ilmu Komunkasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Darusman M, Ag dan Bapak Toni Hartono M. Si, selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, mengarahkan dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini, dan memberikan motivasi yang cukup besar kepada penulis.

4. Bapak Sudioanto, S.Sos, selaku penasehat Akademis penulis selama perkuliahan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, penulis ucapkan terima kasih banyak atas ilmu pengetahuan, arahan dan waktu yang telah diberikan kepada penulis.
5. Kepada seluruh dosen jurusan ilmu komunikasi dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Kepada Bapak dan Ibu yang sangat penulis sayangi dan cintai ABD. Rauf (Alm) dan Maimunah, atas segala pengorbanan baik moril maupun materil yang diberikan pada penulis, yang telah membesarkan penulis dari kecil hingga sampai sekarang ini, yang selalu mendo'akan untuk keberhasilan dan kesuksesan anak-anak nya, khusus nya penulis.
7. Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
8. Kakakku Hanimar beserta suami, Hanida beserta suami, haniyur beserta suami haniyati beserta suami, abangku Harizal beserta istri, hainir beserta istri dan adikku Hardi susandi, penulis sangat berterima kasih yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan studi gelar sarjana strata satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Serta keponakanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Buat yang tercinta Rini Sartika Almasri S.Sos yang selalu dekat dihati, terima kasih atas dukungannya selama ini yang telah sabar dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, semoga sehat selalau.
10. Buat teman-teman angkatan 2008 komunikasi senasib seperjuangan, yang selalu memberikan dukungan, dan semua teman-teman jurusan *public relations* lokal A.
11. Buat teman-teman kuliah kerja nyata angkatan 2011 desa Sungai Rambai Kabupaten Kampar semoga kita sukses semua nya.

12. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam berbagai hal, terima kasih banyak.

Akhirnya penulis memohon kepada Allah Swt, mendo'akan semoga mereka semua yang telah ikut dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, agar mendapatkan balasan yang setimpal atas apa yang telah mereka perbuat untuk penulis. Amin.

Segala keterbatasan dan kekurangan penulis ucapkan permohonan maaf atas segala kesalahan yang penulis lakukan, dalam penulisan maupun perkataan karena manusia mempunyai kemampuan yang terbatas, kesempurnaan hanyalah milik Allah Swt dan kesalahan adalah milik manusia.

Pekanbaru, April 2012

Hamrianto
Nim.10843003823

ABSTRAK

Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

Seorang *public relations* adalah orang yang memiliki hubungan yang erat dengan pelanggan atau konsumen karena pekerjaan *public relations* sehari-hari adalah berhubungan dengan masyarakat atau publik, kepuasan pelanggan adalah menjadi hal yang sangat penting, karena akan berkaitan dengan citra atau *image* perusahaan, maka seorang *public relations* sudah seharusnya memperhatikan pelayanan yang ada di perusahaannya dan pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan, oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul ini untuk skripsi.

Adapun yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah tentang peran *public relations* terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Peranan *Public Relations* tentang kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros sangat peduli dengan pelayanan kesehatan secara cepat, tepat, ramah serta terpercaya dalam menjadi Rumah Sakit pilihan di Sumatera. Namun kondisi yang terjadi dalam peranan dalam kepuasan pelanggan masih ada yang mengalami permasalahan tentang kepuasan pelanggan.

Maka penulis meneliti bagaimana peran *Public Relations* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros di Pekanbaru, dan bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Awal Bros di Pekanbaru.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan jumlah populasi 200 orang pelanggan, dan sampelnya 20% dari jumlah populasi yaitu 40 orang pelanggan, yang berobat pada Rumah Sakit Awal Bros. Objek penelitian ini adalah peran *Public Relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik random sampling, dan seluruh pegawai *public relations*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, angket, dan dokumentasi, untuk menganalisis data tersebut maka penulis menggunakan rumus $P = \frac{f}{n} \times 100 \%$ untuk mendapatkan data yang diperlukan. Setelah data terkumpul maka data selanjutnya dikelompokkan secara kuantitatif dan persentase dengan menggunakan tabel.

Hasil dari penelitian peran *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru, adalah 74,42 % pelanggan mengatakan *public relations* Rumah Sakit Awal Bros berperan terhadap pelayanan yang diberikan, seperti pelayanan, kelengkapan fasilitas, keamanan, kenyamanan, kebersihan dan informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang berobat pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Alasan pemilihan judul	3
C. Penegasan istilah	4
D. Permasalahan.....	5
1. Identifikasi Masalah	5
2. Batasan Masalah.....	5
3. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
F. Kerangka Teoritis.....	7
G. Konsep Operasional	23
H. Metode Penelitian.....	25
1. Lokasi penelitian	25
2. Subjek penelitian.....	25
3. Populasi dan sampel.....	25
4. Teknik pengumpulan data	25

5. Teknik analisa data.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	28
A. Sejarah Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru	28
B. Struktur Organisasi	30
C. Aktivitas Perusahaan	38
BAB III PENYAJIAN DATA	39
A. Indikator peran <i>Public relations</i>	40
B. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	45
BAB IV ANALISA DATA.....	56
A. <i>Peran Public Reltions</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Pekanbaru.....	56
B. Usaha-usaha yang dilakukan oleh <i>pulic telations</i> dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros	69
C. Tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.....	70
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran-saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I <i>Public Relations</i> Selalu Melakukan Komunikasi Dua Arah di Rumah Sakit Awal Bros.....	40
Tabel II Komunikasi yang Dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Rumah Sakit Awal Bros dengan pelanggan.....	40
Tabel III Pelanggan/Pasien Memberikan <i>Feed Back</i> (Umpan Balik) Setiap Komunikasi yang dilakukan oleh <i>Publik Relations</i>	41
Tabel IV Pihak Rumah Sakit Sering Melakukan Hubungan yang Baik dengan Pelanggan.....	42
Tabel V Sasaran Kegiatan <i>Public Relations</i> Merupakan Semua Kalangan Masyarakat	42
Tabel VI Hubungan dengan Pelanggan Selalu Harmonis.....	43
Tabel VII Kegiatan Penyebaran Informasi Selalu Dilakukan oleh <i>Public Relations</i> Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.....	44
Tabel VIII <i>Public Relations</i> Melakukan Pengkajian terhadap Tanggapan Pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros.....	44
Tabel IX Respon <i>Public Relations</i> dalam Mendengarkan Keluhan Pelanggan	45
Tabel 1X Kesiapan Dokter dan Perawat Menangani Pelanggan atau Pasien	46
Tabel XI Pihak <i>Public Relations</i> Mudah untuk Dihubungi atau Dijumpai	46
Tabel XII Kenyamanan Masyarakat untuk Berobat di Rumah Sakit Awal Bros .	47
Tabel XIII Kepuasan yang Dirasakan Pelanggan Ketika Berobat di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.....	47
Tabel XIV Kondisi Bangunan Sesuai dengan Keinginan Pelanggan	48
Tabel XV Kejelasan Biaya yang akan di Bayar Pelanggan Ketika Berobat	49
Tabel XVI Kesesuaian Biaya yang Dikeluarkan dengan Pelayanan yang didapatkan	49

Tabel XVII Sarana dan Fasilitas Fisik yang Dirasakan Konsumen	50
Tabel XVIII Kecepatan Pelayanan yang Diberikan Rumah Sakit Awal Bros Terhadap Pasien	50
Tabel XIX Kebersihan, Kenyamanan, dan Kerapian Ruangan dalam Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.....	51
Tabel XX Efisiensi dan Efektifitas Pelayanan yang Diberikan KepadaPelanggan	52
Tabel XXI Kejelasan Informasi yang Diberikan Rumah Sakit Awal Bros	52
Tabel XXII Penanganan Masalah yang Tejadi di Rumah Sakit Awal Bros	53
Tabel XXIII Kesesuaian Pelayanan dengan Janji yang Ditawarkan Kepada Pelanggan	53
Tabel XXIV Kelengkapan Fasilitas Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru	54
Tabel XXV Kepuasan Pelayanan yang Diberikan oleh Rumah Sakit Awal Bros	55
Tabel XXVI Rekapitulasi tentang Peran <i>Public Relations</i> Rumah Sakit	57
Tabel XXVII Rekapitulasi Tentang Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit	59
Tabel XXVIII Rekapitulasi Tentang Peran <i>Public Relations</i> dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.....	61

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public Relations menurut Frank Jefkins (2003: 2) mengatakan bahwa suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi baik yang bersifat komersial maupun non komersial di sektor publik (pemerintah) maupun privat (pihak swasta).

Dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas di sini akan terjadi komunikasi, maka seorang *Public Relations* harus mampu menangkap apa yang diinginkan oleh publik. Pelanggan atau konsumen terkadang sangat kritis, oleh karena itu sikap yang ramah merupakan salah satu syarat dalam berkomunikasi dengan konsumen.

Selain membina hubungan dengan pihak eksternal yaitu konsumen, *Public Relations* juga harus membina hubungan dengan pihak internal, karena pihak internal adalah hal yang paling utama dalam suatu perusahaan. Jika hubungan dengan pihak internal tidak baik bagaimana dengan pihak eksternal.

Menurut Oemi Abdurrahman (2001: 34–41) fungsi internal dan eksternal *Public Relations* itu sendiri adalah:

1. Fungsi Internal *Public Relations* bertujuan untuk mempererat hubungan sesama karyawan dengan *Public Relations* sehingga menimbulkan

semangat kerja. Pada umumnya fungsi internal *Public Relations* mempunyai dua sasaran yaitu:

a. Hubungan dengan karyawan

Yaitu hubungan dengan sesama pekerja, baik itu atasan maupun bawahan. Kerjasama dan kepercayaan di antara mereka dapat dipelihara, sehingga dapat memajukan perusahaan yang mereka miliki atau tempat mereka bekerja.

b. Hubungan dengan pemegang saham

Yaitu hubungan antara pemegang saham haruslah dijaga sebaik mungkin karena pemegang saham memberikan modal kepada perusahaan. Modal adalah hal yang menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, karena itu hubungan antara pemegang saham harus dibina dengan sebaik mungkin.

2. Fungsi Eksternal *Public Relations*

Yaitu mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi di luar organisasi atau perusahaan, untuk terciptanya *opini public* yang menguntungkan organisasi atau perusahaan tersebut. Tugas *Public Relations* di sini adalah mengadakan komunikasi dua arah yang sifatnya normatif dan persuasif kepada pihak luar. Adapun hubungan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relations* menurut Oemi Abdurrahman (2001: 44) adalah:

1. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*)
2. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

3. Hubungan dengan pers (*perss relations*)
4. Hubungan dengan masyarakat (*komunity relations*).

Dalam hal ini praktisi humas harus mampu membina hubungan yang positif atau baik antara lembaga yang diwakilinya dengan pihak internal maupun eksternal. Juga berupaya untuk menciptakan citra yang positif dan merupakan prestasi reputasi serta menjadi tujuan utama aktivitas *Public Relations* membangun nama baik atau citra organisasi atau perusahaan yang di wakilinya (Rosady Ruslan, 2005: 27).

Seorang *Public Relations* haruslah bisa membina hubungan yang baik dengan berbagai pihak salah satunya adalah meningkatkan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Karena konsumen bersifat heterogen baik dalam bentuk adat, kebiasaan, dan agama.

Tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan tentu dapat dinilai oleh pelanggan itu sendiri, pelayanan yang diberikan itu seperti aspek kenyamanan, yang meliputi kebersihan, kenyamanan ruangan, makanan dan minuman, peralatan ruangan, tata letak, penerangan, kebersihan WC, pembuangan sampah, kesegaran ruangan dll.

Begitu juga hubungan pelanggan dengan rumah sakit seperti keramahan, informasi yang diberikan, sejauh mana tingkat komunikasi, responsi, support, seberapa tanggap dokter atau perawat di ruangan IGD, rawat jalan, rawat inap, farmasi dan kemudahan dokter atau perawat dihubungi.

Pelayanan tersebut haruslah benar-benar diperhatikan agar konsumen atau pelanggan tidak merasa kecewa kepada kita sebagai seorang *Public Relations*, konsumen akan menilai apakah pelayanan yang kita berikan sesuai dengan apa yang telah kita beritakan di media.

Salah satu perusahaan yang menggunakan jasa *Public Relations* adalah Rumah Sakit Awal Bros, yang bergerak di bidang kesehatan atau jasa, beralamat di Jln. Jenderal Sudirman No 117 Pekanbaru.

Biasanya dalam mengatasi suatu masalah yang terjadi maka dibentuk suatu tim yang dikoordinir praktisi ahli *Public Relations* dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian suatu tim khusus untuk membantu perusahaan yang tengah menghadapi atau mengatasi krisis tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **Peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.**

B. Alasan Pemilihan Judul

- a. Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin mengetahui bagaimana peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Pekanbaru.
- b. Judul ini diteliti karena memiliki relevansi dengan jurusan penulis, yaitu konsentrasi *public relations*.

- c. Dengan meneliti judul ini penulis merasa mampu baik dari segi waktu, biaya dan faktor-faktor yang mendukung lainnya.
- d. Dengan meneliti judul ini penulis merasa dapat menambah wawasan mahasiswa ilmu komunikasi, terutama konsentrasi *public relations*.

C. Penegasan Istilah

Guna menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu menegaskan istilah tersebut dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Peran merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan (Soekanto, 2006: 30).
- b. *Public Relations* adalah seseorang yang memiliki tugas untuk menghubungkan publik–publik atau pihak–pihak yang berkepentingan didalam suatu instansi atau perusahaan (Oemi Abdurrahman, 2001: 29).

Public Relations adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisa suatu kecenderungan, memprediksi konsekuensinya, menasehati pimpinan organisasi, melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan yang dilakukannya, baik itu kepentingan organisasi maupun kepentingan publik (Rosady Ruslan, 2005: 17).

- c. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya

atau norma kinerja lainnya, dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainanya. Day (dalam Tse dan Wilton, 1988)

Pelanggan menurut Kotler (2005: 37) adalah konsumen yang sangat berpengaruh pada suatu perusahaan karena pelangganlah yang bisa membuat perusahaan sekarat atau bangkrut.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1.1 Bagaimana peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam meningkatkan kepuasan pelanggan?
- 1.2 Bagaimana peran *Public Relations* dalam meningkatkan pelayanan informasi bagi pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros.
- 1.3 Apa faktor pendukung dan penghambat *Public Relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru?

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah hanya mengenai peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pekanbaru.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan tersebut, maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah bagaimana peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Pekanbaru?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peran *Public Relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

2.1 Manfaat secara teoritis:

- a. Sebagai sumbangan ilmiah bagi penulis khususnya dan mahasiswa Ilmu Komunikasi pada umumnya.
- b. Menjadikan sumbangan pemikiran dan bahan informasi mengenai peran *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

2.2 Manfaat secara praktis:

- a. Untuk menambah wawasan serta masukan bagi semua pihak yang terkait.
- b. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (SI) jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi pada konsentrasi *Public Relations*.

F. Kerangka Teoritis

1. Peran *Public Relations*

Peran adalah seseorang yang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukan maka dia telah menjalankan suatu peran (Soekanto, 2000: 268).

Menurut M. Dahlan Yakub Al Barry (1994: 585) peran adalah fungsi, kedudukan, atau bagian dari aktifitas yang dimainkan oleh seseorang yang diartikan sebagai bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan.

Peran sangat penting bagi kehidupan sehari-hari karena ia mengatur perilaku seseorang. Peranan menyebabkan seseorang pada batas-batas tertentu yang dapat meramalkan perbuatan orang lain. Orang bersangkutan akan dapat menyesuaikan perilaku sendiri dengan perilaku orang-orang sekelompoknya.

Peranan menurut Soekanto (2000: 267) memiliki cakupan-cakupan yaitu:

1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam artian ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan.
2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.

Peran berkaitan dengan pekerjaan dan menimbulkan perubahan kepribadian sehingga terdapat pengaruh timbal balik dari manusia terhadap pekerjaan dan pekerjaan terhadap manusia (Kohn dan Schotler, 1973: 120).

Fungsi dan macam-macam peran menurut Suryanto dan Narwoko (2006 : 160) adalah:

1. Memberi arah pada proses sosialisasi.
2. Pewarisan tradisi, kepercayaan, norma-norma, nilai-nilai dan pengetahuan.
3. Mempersatukan kelompok atau masyarakat.
4. Menghidupkan sistem pengendali dan kontrol sehingga dapat melestarikan kehidupan masyarakat.

Macam–macam peran:

1. Peranan yang diharapkan (*Expected roles*)

Cara ideal dalam pelaksanaan peran, masyarakat menghendaki peranan yang diharapkan dan dilaksanakan secermat-cermatnya.

2. Peranan yang disesuaikan (*Actual roles*)

Cara bagaimana seharusnya peranan itu dijalankan. Peranan ini pelaksanaannya lebih luwes, dapat disesuaikan dengan kondisi dan situasi tertentu.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peran merupakan bagian dari pelaksanaan fungsi dan tugas yang dilaksanakan dalam suatu kegiatan atau kepentingan yang tertentu, guna mencapai suatu tujuan yang

diharapkan dan juga berfungsi sebagai penyaring dari komunikasi timbal balik dengan tujuan untuk menciptakan dan membina stabilitas sosial.

Peran *Public Relations* di sebuah perusahaan menurut Rosady Ruslan (2005: 20) di bagi menjadi empat bagian yaitu:

1. Penasehat ahli (*expert presciber*)

Seorang praktisi pakar *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*), baik di dalam perusahaan ataupun dengan pihak luar. Hubungan praktisi pakar PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya.

2. Fasilitator komunikasi (*communication fasilisator*)

Praktisi *Public Relations* bertindak sebagai mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diharapkan oleh publik.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving procces fasilitator*)

Public Relations membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan eksekusi atau keputusan.

4. Teknisi komunikasi (*communication technician*)

Public Relations berfungsi sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknisi komunikasi atau di kenal dengan *methode of communication on organization*.

Untuk menjalankan peranan *Public Relations* harus mempunyai daya cipta di dalam melaksanakan kerjanya, harus memiliki pemikiran yang luas tentang kegiatan ekonomi sosial yang erat hubungannya dengan kehidupan publik.

2. *Public Relations*

2.1 Pengertian *Public Relations*

Istilah *Public Relations* lahir di Amerika Serikat. Istilah ini disampaikan oleh Thomas Jefferson pada waktu kongres ke- 10 tahun 1807. Tetapi yang dimaksud *Public Relations* oleh Jefferson waktu itu dikaitkan dengan istilah *Foreign Relations* dari AS.

Banyak ahli berpendapat bahwa penerjemahan *Public Relations* menjadi hubungan masyarakat adalah kurang tepat. Pandangan itu berdasarkan alasan sebagai berikut: publik atau khalayak tidak sama dengan masyarakat atau *society* (Inggris).

Sedangkan pengertian publik dapat ditinjau dari dua segi yaitu dari segi geografis dan segi psikologis. Secara geografis publik adalah sejumlah orang yang berkumpul bersama-sama di suatu tempat tertentu. Secara psikologis publik adalah orang-orang atau kelompok yang menaruh perhatian pada suatu kepentingan yang sama tanpa ada sangkut paut nya dengan tempat mereka berada.

Public Relations merupakan salah satu bentuk hubungan masyarakat yang mempunyai peran dalam meningkatkan produksi

pelayanan kepada masyarakat secara umum. Selain itu peran *Public Relations* adalah meningkatkan perusahaan itu sendiri sehingga dapat dipercaya oleh masyarakat umum.

Menurut kamus Fund dan Wagnal (2005) *Public Relations* adalah segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan dan memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepak terjangnya.

2.2 Fungsi *Public Relations*

Fungsi *Public Relations* menurut pakar humas internasional Cultip, Centre dan Canfield dalam Rosady Ruslan (2005: 19) yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan organisasi demi tujuan dan mamfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi publikasi, serta pesan dari organisasi kepada publiknya dan begitu juga sebaliknya.

Cara untuk melaksanakan fungsi internal *Public Relations* adalah

1. Mengkomunikasikan kebijakan direksi dan manajemen kepada karyawan
2. Menjelaskan perubahan kebijakan direksi dan manajemen agar karyawan memahami dasar pengambilan keputusan yang di ambil
3. Membangun jaringan komunikasi interaktif antar karyawan, manajemen dan direksi.

Cara untuk melaksanakan fungsi eksternal *Public Relations* adalah

1. Menjelaskan hasil umum pemegang saham
2. Membantu pemasaran untuk meningkatkan citra produk.
3. Menyiapkan arena bagi publik untuk melihat perusahaan secara langsung.
4. Mengembangkan program-program pengembangan masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada publik.

Fungsi manajemen *Public Relations*

1. Menunjukkan kegiatan tertentu (*actions*)
2. Adanya perbedaan khas dengan yang lain (*different*)
3. Adanya kepentingan bersama (*common interest*)
4. Adanya komunikasi dua arah atau timbal balik (*reciprocal two waystraffic communications*) (Rosady Ruslan, 2005: 18).

Public Relations pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan publik-publik atau pihak-pihak yang berkepentingan dalam suatu instansi atau perusahaan. Hubungan yang efektif antara pihak-pihak yang

berkepentingan itu sangat penting sekali demi tercapainya kepentingan bersama dan tujuan dari perusahaan.

Hubungan suatu instansi atau perusahaan dengan publik yang terdekat disebut *employee public* adalah dengan publik di sekitar badan itu disebut publik *community public* selain mempunyai hubungan dengan publik, sesuatu badan juga mempunyai hubungan dengan *foreign public* sedangkan suatu perusahaan besar sudah tentu mempunyai hubungan dengan para pemegang saham *stakeholder public* (Oemi, 2001: 29).

Bertrand R. Canfil dan Bambang Siswanto (1992: 7) dalam bukunya *Public Relations* dan problem mengatakan fungsi *Public Relations* ada 3 yaitu:

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum

Jadi tujuan *Public Relations* adalah menciptakan sikap yang menyenangkan antara organisasi dan publik, kemudian sikap yang berhasil dibina itu selanjutnya dibina sebaik-baiknya. *Public Relations* yang mengutamakan kepentingan umum akan mengakibatkan ada rasa senang kepada pihak publik terhadap organisasi.

Sering terjadi kesalahpahaman antara organisasi dengan publik, dalam hubungan ini adalah tugas *Public Relations* untuk mengatasinya, sehingga timbul hubungan yang harmonis dimana pengertian bersama antara satu sama yang lainnya.

Dalam pelaksanaannya *Public Relations* lebih menumpahkan perhatiannya kepada kepentingan umum dari pada kepentingan

organisasi. Dengan demikian suksesnya pekerjaan *Public Relations* berarti keuntungan bagi perusahaan.

2. Memelihara hubungan baik

Hubungan yang baik senantiasa harus dijaga, itu adalah tugas utama *Public Relations* untuk mencegah ketegangan antara organisasi satu dengan organisasi yang lain.

Misalnya seorang pimpinan perusahaan harus mengetahui kehidupan buruh dengan upah yang diterima, dengan diberi pengertian berdasarkan fakta, pimpinan perusahaan akan memberikan kebijakan untuk memberi keterangan yang dapat diterima oleh kaum buruh.

Untuk memelihara hubungan agar selalu harmonis banyak jalan yang harus dilakukan oleh *Public Relations* misalnya mengadakan pertemuan kekeluargaan, pertandingan olah raga dan lain sebagainya.

3. Menitikberatkan usaha dan tingkah laku yang baik

Kegiatan *Public Relations* harus dititik beratkan kepada moral dan kelakuan yang baik. Tujuan *Public Relations* yakni menciptakan, membina dan memelihara sikap yang menyenangkan pihak organisasi dan pihak eksternal. Jadi kelakuan yang baik adalah keharusan seorang *Public Relations*, bagaimana bisa menciptakan sikap yang menyenangkan dan suasana yang harmonis.

Oleh karena itu setiap perusahaan yang akan dijalankan oleh *Public Relations* harus merupakan hasil pemikiran yang matang. Sebelum suatu pekerjaan dilaksanakan harus dipertimbangkan dahulu dengan

sebaik mungkin, karena apabila kita memikirkan terlebih dahulu maka kita tidak akan menyesali apabila tidak sesuai dengan harapan kita.

Demikian pula dengan istilah *relations* dengan hubungan (dengan istilah jamak) yang penting sekali jika dilihat dengan hubungannya, dengan pengertian *Public Relations*. Istilah *relations* merupakan prinsip dari pada *Public Relations*.

Penggunaan istilah *relations* mengandung arti adanya hubungan yang timbal balik. Dengan adanya reaksi publik, maka seluruh proses komunikasi akan terjadi di dalam *Public Relations*. Komunikasi selanjutnya akan meliputi respon sebagai *message* yang disampaikan komunikan kepada si pengirim *message* semula yang disebut komunikator.

Seorang *Public Relations* harus mampu melakukan komunikasi yang informatif dan persuasif hal ini dapat dilaksanakan dengan memberi dan meminta bahan dari pegawainya, baik secara tertulis maupun lisan.

Untuk hal tersebut dapat digunakan:

1. Buku pedoman tentang kepegawaian
2. Laporan tahunan
3. Surat bulanan terhadap para pegawai
4. Mengadakan papan pengumuman untuk menempelkan hal-hal yang menarik.
5. Diadakannya rapat yang continue

Seseorang tidak mudah dikatakan sebagai *Public Relations* karena seorang bisa dikatakan sebagai seorang *Public Relations* harus mempunyai kriteria- kriteria tertentu.

Adapun ciri-ciri *Public Relations* menurut Onong, (2001: 132) adalah:

1. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, pengkajian pendapat umum
3. Sasaran yang dituju adalah khalayak dalam organisasi dan khalayak diluar organisasi
4. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antar organisasi dan khalayak
5. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.

Tujuan *Public Relations* adalah menciptakan *opini public* baik tentang kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan. Sedangkan tugas *Public Relations* adalah untuk menyelenggarakan komunikasi yang sifatnya persuasife dan informatife.

3. Kepuasan Pelanggan

3.1 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan menurut Fandy Tjiptono (2006: 146) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil *outcome* sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Sedangkan pelanggan menurut Bent dan Kotler (2001: 24) adalah orang terpenting yang pernah ada dalam perusahaan baik secara pribadi maupun lewat surat kabar.

Jadi kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler, 2001: 13). Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan pembeli tidak akan puas.

Dalam setiap kegiatan pembelian baik itu berupa barang maupun jasa, pelanggan selalu berharap memperoleh barang dan jasa sesuai dengan yang diinginkannya, sehingga ia merasa puas atas pengeluaran yang dilakukan untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut.

Kita mengetahui bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk mencari minat para pelanggan sehingga banyaknya pelanggan yang merasa puas maka perusahaan akan semakin dikenal oleh orang lain, karena tujuan utama perusahaan adalah kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan adalah asset yang sangat berharga bagi perusahaan.

Dari berbagai definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk (Peppard dan Rowland) antara lain :

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok suatu produk inti kecepatan, ketepatan waktu, kemudahan, kenyamanan dan keamanan.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya kelengkapan interior dan ekterior.
3. Keandalan (*reability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauhmana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berapa lama produk tersebut dapat digunakan
6. *Servicibility*, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan tetapi juga selama proses penjualan.
7. Estetika , yaitu daya tarik produk terhadap panca indra. Misalnya model atau desainnya.

8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

3.2 Metode pengukuran kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2006: 148) metode pengukuran kepuasan pelanggan terbagi 4 yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya kepada para pelanggan yang untuk menyampaikan saran dan pendapat serta keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telephone khusus dll.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telephone maupun wawancara balik secara langsung dari konsumen. Pengukuran dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya:

- a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti'' seberapa puas anda dengan pelayanan perusahaan A pada skala berikut: sangat tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. Derived Dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. Problem Analysis

Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, kedua, saran-saran untuk melakukan analysis.

d. Importance performance analysis

Dalam tehnik ini responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen.

3. Ghost Shopping

Salah satu cara untuk menggambarkan kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berparan sebagai pelanggan untuk membeli produk perusahaan dan pesaing.

Kemudian mereka melaporkan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. Lost Customer Analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

3.3 Pengertian kualitas jasa

Kualitas jasa adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa, dalam halnya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan (Fandy Tjiptono, 2006: 51).

Faktor-faktor kualitas jasa menurut Fandy Tjiptono (2006: 77).

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. *Reability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara aktual dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

G. Konsep Operasional

Berdasarkan kerangka teori di atas maka penulis selanjutnya membuat konsep operasional, yang nantinya menjadi tolak ukur di lapangan. Maka untuk menjawab masalah dalam penelitian ini penulis membuat konsep operasional dalam bentuk indikator-indikator sebagai berikut:

1. Indikator peranan *Public Relations*

- 1.1 Komunikasi yang dilancarkan oleh *Public Relations* kepada pelanggan berlangsung dua arah secara timbal balik.
- 1.2 Kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* terdiri atas penyebaran informasi dan mengkaji tanggapan dari pelanggan.
- 1.3 Sasaran yang dituju adalah pelanggan atau masyarakat.
- 1.4 Terbinanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pelanggan.

2. Indikator kepuasan

- 2.1 Cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.
- 2.2 Ketepatan waktu, kemudahan, kenyamanan dan keamanan.
- 2.3 Bukti langsung, sarana dan fasilitas fisik dapat dirasakan langsung oleh konsumen atau pelanggan.
- 2.4 Kebersihan, kenyamanan ruangan, tata letak dan penerangan.
- 2.5 Kejelasan komponen biaya, dan perbandingan biaya dengan Rumah Sakit yang lain.

2.6 Efisiensi dan efektifitas dalam keselamatan pelanggan dan kemudahan yang diberikan.

2.7 *Servicibility*, penanganan keluhan yang memuaskan, pelayanan yang diberikan tidak terbatas.

H. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini penulis lakukan pada Rumah Sakit Awal Bros yang beralamat JL. Jenderal Sudirman No 117 Pekanbaru.

2. Subjek Penelitian dan objek penelitian

Subjek penelitian ini adalah *public relations* Rumah Sakit Awal Bros yang berjumlah 9 (sembilan) orang.

Objek penelitian adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Rumah Sakit Awal Bros.

3. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Burhan Bungin, 2005: 99). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 9 orang pegawai *Public Relations* dan 200 pelanggan yang berobat di dalam Rumah Sakit, dan pengambilan sampelnya dilakukan dalam waktu satu bulan.

Sampel dalam penelitian ini adalah 20% dari 200 orang pelanggan sebagai populasi, yang menjadi sampelnya adalah seluruh *pegawai public relations* dan 40 ($20 \times 200 = 4000:100 = 40$) orang pelanggan.

Pengambilan sampel yaitu dengan teknik random sampling (Burhan Bungin, 2005: 101)

4. Teknik Pengumpulan Data

4.1 Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan secara sengaja sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 1991: 63). Observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif yaitu peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang diteliti

4.2 Angket yaitu membuat daftar pertanyaan secara tertulis dan disebarkan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan alternatif jawaban.

4.3 Dokumentasi, menghimpun dokumen-dokumen yang ada untuk melengkapi data-data penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul selanjutnya peneliti akan menganalisa data tersebut, dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk angka-angka dan bukan dalam bentuk kalimat dengan menggunakan rumus (Sudijono, 1996) yaitu:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Keterangan:

P = Angka persentase

F = Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

N = Jumlah frekuensi

Sebagai tolak ukur yaitu :

a. Sangat puas 81 – 100 %

b. Puas 66 – 80 %

c. Cukup puas 46 - 65 %

d. Kurang puas 21 – 45 %

e. Tidak puas 0 – 20 % (Suharsimi Arikunto, 1996: 140)

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru adalah rumah sakit swasta yang berlokasi di Jalan Jend. Sudirman No. 117 Pekanbaru. Ide didirikannya Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru, bermula dari keinginan mulia tokoh masyarakat Riau yang juga dikenal sebagai pengusaha yang sukses, Alm. Haji Awaloeddin. Beliau menginginkan agar Pekanbaru berdiri sebuah rumah sakit yang lengkap dengan segala fasilitas kesehatannya dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional, sehingga masyarakat Pekanbaru khususnya Riau pada umumnya.

Dirsmikan oleh Gubernur Riau Bapak Soeripto pada 29 Agustus 1998, yang mempunyai luas bangunan 15.000 m², terdiri dari gedung utama dan gedung penunjang hingga menjadi total luas bangunan ± 33.000 m².

Dalam masa yang sudah 13 tahun ini, pada tahun 2002 Rumah Sakit Awal Bros telah berhasil mendapatkan sertifikasi ISO 9001 versi 2000 dari United Kingdom Accreditation Scheme (UKAS) United Register of System (URS) dan Upgrade versi 9001: 2008 pada tahun 2009. Saat ini akan menuju Akreditasi tingkat Internasional yaitu *Join Commisision Internasional*. Untuk pelayanan poliklinik Rawat Jalan semua dipindahkan ke gedung baru, juga pelayanan Rawat Inap, gedung utama terletak dibagian depan gedung baru

rumah sakit. Gedung lama dalam renovasi diperkirakan hingga Agustus tahun 2012 kedua gedung ini satu sama lainnya saling berhubungan.

Dengan perluasan gedung baru saat ini kapasitas rumah sakit yang dipergunakan sebanyak 185 tempat tidur tidak termasuk ruangan perawatan bayi sehat (11 Bed). Jumlah sumber daya manusia Triwulan III 2011 sebanyak 533 karyawan, termasuk dokter umum sebanyak 16 orang. Dengan sumber daya manusia yang cukup serta didukung oleh dokter spesialis dan dokter ahli tetap serta peralatan dan teknologi yang canggih, untuk mendukung pelayanan menjadikan Rumah Sakit Awal Bros menjadi prioritas utama bagi masyarakat Pekanbaru khususnya dan masyarakat Riau umumnya untuk berobat ke Rumah Sakit ini.

a. Visi rumah Sakit Awal Bros 1998-2010

Sebagai pusat pelayanan kesehatan yang professional dan ter percaya dalam segala bentuk pelayanan

b. Visi Rumah Sakit Awal Bros 2010-2011

Menjadi Rumah Sakit unggulan dan terpercaya di Sumatera

c. Misi Rumah Sakit Awal Bros 1998-2010

1. Memberikan pelayanan kesehatan secara professional berdasarkan etika profesi untuk kepuasan pelanggan
2. Memiliki fasilitas pelayanan kesehatan yang lengkap dan modern
3. Menjadi Rumah Sakit rujukan sebagai pilihan masyarakat

4. Memberikan nilai tambah bagi pemegang saham, dan karyawan untuk menumbuhkan kebanggaan serta loyalitas tinggi bagi semua pihak.

d. Misi Rumah Sakit Awal Bros 2010-2011

1. Menjadi Rumah Sakit yang memiliki layanan unggulan dengan fasilitas terlengkap dan modern di dukung tenaga professional.
2. Memberikan pelayanan kesehatan secara cepat, tepat, ramah serta terpercaya dan menjadi Rumah Sakit pilihan di Sumatera.
3. Menjadi Rumah Sakit yang mampu memberikan pelayanan PRIMA (Professional, Ramah, Integritas, Mendengar dan Asertif).

e. Motto Rumah Sakit Awal Bros 1998-2011

Kami peduli kesehatan anda

B. Struktur Organisasi

Pada suatu pencapaian tujuan perusahaan, perlu struktur organisasi dimana adanya orang-orang yang usahanya harus dikoordinasikan, tersusun dari jumlah sub sistem yang saling tergantung atas kerja sama atas dasar pembagian kerja, peran serta dan wewenang organisasi merupakan salah satu segi penting yang harus diperhatikan dalam usaha perusahaan, karena struktur organisasi dapat memperjelas batas-batas dari tugas dan wewenang serta tanggung jawab seseorang sebagai anggota dari suatu organisasi.

Struktur organisasi yang baik haruslah memenuhi syarat efektif dan efisien. Suatu struktur organisasi yang efektif adalah bila struktur tersebut memberi kontribusi dari setiap individu dalam mencapai sasaran organisasi.

Struktur organisasi hendaknya juga mudah dirubah untuk sesuai dengan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa mengurangi kelancaran aktifitas yang sedang berlangsung. Perubahan-perubahan yang dihadapi oleh perusahaan misalnya perluasan daerah aktivitas, peralatan baru, tuntutan masyarakat lingkungan, berupa perubahan selera terhadap produksi, perubahan ekonomi ataupun teknologi.

Selanjutnya bentuk organisasi yang baik akan tergantung pada situasi dan kondisi dari tiap-tiap perusahaan dan juga tujuan yang ingin dicapai. Hal ini dari bentuk struktur organisasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya berbeda sehingga bentuk struktur organisasi yang digunakan suatu perusahaan akan mendukung suatu tujuan yang hendak dicapai.

Selain itu juga untuk mencapai efektifitas kerja dan pelaksanaan program-program yang ada di Rumah Sakit Awal Bros, dan juga dalam upaya untuk mewujudkan visi dan misi rumah sakit, menjadi jejaring pelayanan kesehatan/Rumah Sakit terkemuka yang berstandar Internasional dan memberikan pelayanan kesehatan secara professional dengan penuh kepedulian.

Berikut ini dijelaskan uraian tugas dan wewenang, tanggung jawab, serta kewajiban masing-masing bagian yang ada dalam Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru:

Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dipimpin oleh Direktur yang bertanggung jawab terhadap pengolahan Rumah Sakit.

Adapun uraian tugas yang dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Direktur Rumah Sakit

Direktur sebagai pemimpin tertinggi bertanggung jawab terhadap jalannya operasional Rumah Sakit. Menjalankan semua fungsi manajerial, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pembinaan sumberdaya manusia, monitor, evaluasi, control dan pelaporan sesuai dengan tanggung jawab dan wewenang yang diberikan dan ketentuan yang berlaku, dan melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh perusahaan, memastikan agar Rumah Sakit mencapai sasaran kerja yang telah ditetapkan, rencana kerja tahunan dan anggaran yang sudah disetujui oleh Dewan Penyantun dan Yayasan Awal Bros.

b. Sekretaris Direktrur

Tugas sekretaris direktur antara lain:

1. Melaksanakan semua tugas-tugas administrasi, handling telepon dan appointment direksi
2. Membuat janni/appointment Direksi
3. Mengingatkan Direksi akan pertemuan-pertemuan atau kegiatan-kegiatan yang akan dihadiri.
4. Membuat disposisi surat masuk dan meneruskannya ke Manajer atau Wadir terkait

5. Mencatat semua penomoran semua surat keluar, surat perjanjian kerjasama, surat keputusan dan internal memo Direksi
6. Meng-*handle* semua telephone masuk untuk Direksi
7. Membuat surat-surat yang diberikan Direksi
8. Membuat laporan rekapitulasi dari perjalanan keluar
9. Melakukan penyimpanan file dengan rapi
10. Menjaga kebersihan alat-alat (telepon, facsimile, meja, computer dll) dan ruangan

c. Manager Pelayanan Medis

1. Merencanakan, menyusun dan menetapkan kebijaksanaan dan tata tertib pelayanan medis, sesuai dengan kebijaksanaan Direktur Rumah Sakit.
2. Merencanakan jumlah dan kategori tenaga medis yang dibutuhkan Rumah Sakit.
3. Berperan menyusun perencanaan kebijakan rumah sakit.
4. Berperan menyusun rencana anggaran belanja rumah sakit.
5. Merencanakan jumlah dan jenis peralatan medis, disesuaikan kebutuhan per unit medis.
6. Merencanakan penggantian peralatan medis sesuai dengan kebutuhan.
7. Mengumpulkan dan mengolah serta menganalisa data tentang prosedur medis.

8. Berperan serta dalam kegiatan ilmiah dan penelitian yang diadakan oleh rumah sakit.
9. Mengadakan kerjasama yang baik dengan semua bagian di rumah sakit, serta sector pelayanan kesehatan lain.
10. Memelihara hubungan kerjasama yang baik dengan pasien dan keluarganya.
11. Memperhatikan kesejahteraan tenaga medis.

d. Manager Penunjang Medis

1. Merencanakan seluruh kegiatan bidang penunjang medis, yang terdiri dari beberapa intalasi: Logistik Medik, Farmasi, Laboratorium, Radiologi, Rehabilitasi Medik, dan Rekam medis.
2. Merencanakan kegiatan administrasi untuk lingkup kewenangan penunjang medis
3. Merencanakan membuat, menyusun serta merumuskan program kerja bidang penunjang medis.
4. Mengatur dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan bidang penunjang medis.
5. Menyelenggarakan kegiatan penyediaan atau pengadaan dan pengalokasian alat-alat kesehatan.
6. Membina kerjasama dengan pemasok, distributor, laboratorium, radiologi dan apotik di luar Rumah Sakit Awal Bros.

7. Melaksanakan penilaian terhadap kinerja karyawan yang menjadi tanggung jawabnya.
8. Mengevaluasi dan mengendalikan pendayagunaan peralatan medis obat-obatan serta alat-alat kesehatan.

e. Manager Keperawatan

1. Mengelola, mengawasi dan meningkatkan mutu pelayanan keperawatan dan berkoordinasi dengan instalasi Rawat Darurat, Instalasi Rawat Jalan, Instalasi Rawat Inap, Instalasi Bedah Sentral, dan Unit Intensif dalam membantu manajer pelayanan untuk mencapai Visi, Misi dan Tujuan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.
2. Merencanakan, menyusun dan menetapkan kebijaksanaan dan tata tertib pelayanan keperawatan, sesuai dengan kebijaksanaan Direktur rumah sakit.
3. Merencanakan jumlah dan kategori tenaga keperawatan yang dibutuhkan rumah sakit secara keseluruhan.
4. Berperan serta menyusun perencanaan kebijakan rumah sakit.
5. Berperan serta menyusun rencana anggaran belanja rumah sakit.
6. Merencanakan penggantian peralatan keperawatan sesuai dengan kebutuhan
7. Memelihara hubungan kerja sama yang baik dengan pasien dan keluarganya.
8. Menampung dan menanggulangi usul-usul dan keluhan-keluhan.
9. Menilai kinerja para asisten manajer dan coordinator ruangan.

f. Manager keuangan

1. Membuat Prosedur Kerja di bagian Keuangan dan EDP.
2. Mengevaluasi laporan keuangan, piutang, sumber dana, sumber investasi, pajak, dan yang terkait di dalamnya.
3. Membuat rencana kerja tahunan untuk disampaikan kepada Direktur.
4. Memanfaatkan kelebihan dana dalam investasi yang memberikan hasil paling baik.
5. Bertanggung jawab atas pembayaran kewajiban rumah sakit terhadap bank atau kreditur lainnya.
6. Melakukan penagihan dan mengevaluasi terus menerus untuk memperoleh tagihannya.
7. Mengawasi, mengarahkan penanganan pajak dan asuransi
8. Bertanggung jawab atas laporan pajak tahunan.
9. Menyetujui pengeluaran uang dalam batas kewenangannya.
10. Mengevaluasi laporan keuangan, piutang, sumber dana, sumber investasi, pajak, secara rutin setiap bulannya.

g. Manager B & D (Business & Development)

1. Mengelola Business & Development dan mengkoordinasikan kegiatan Business & Development, untuk mencapai Visi, Misi dan Tujuan rumah sakit.
2. Menyusun rencana kerja tahunan berdasarkan data tahun sebelumnya.

3. Membagai tugas kepada bawahan sesuai bidangnya agar berjalan lancar dan terjadi peningkatan kunjungan pasien.
4. Melaksanakan program kerja yang telah disetujui Direktur.
5. Menjalin kerjasama yang baik dengan perusahaan/Asuransi dan pelanggan lainnya.
6. Melaksanakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan fasilitas dan citra rumah sakit dalam bentuk brosur, seminar, ceramah diskusi atau publikasi sesuai dengan etika promosi rumah sakit.
7. Merekapitulasi laporan pelaksanaan kegiatan pelayanan, upaya perbaikan dan peningkatan mutu.
8. Membina hubungan baik dengan dokter yang ada di kota Pekanbaru.

h. Manager Personalia & SDM

1. Merencanakan, menyusun, dan menetapkan kebijakan dan tata tertib di bidang umum dan personalia, sesuai dengan kebijakan Direktur rumah sakit.
2. Merencanakan jumlah dan kategori sumber daya manusia (SDM) di bagian umum dan personalia.
3. Membuat rencana kerja tahunan dan menyusun anggaran belanja/bagian.
4. Melakukan pengawasan terhadap pemeliharaan alat-alat elektromedis pemeliharaan rutin/non rutin.

5. Membuat laporan analisa pelayanan/program.
6. Member pendidikan tentang hak dan kewajiban bawahannya serta member pengarahan, bimbingan dan motivasi.
7. Mewakili direksi dalam mengurus masalah ketenagakerjaan.
8. Menilai prestasi kerja para koordinator yang dibawah tanggung jawabnya.
9. Mengatur dan mengevaluasi secara tersu menerus jumlah sumber daya manusia (SDM) bagian umum dan personalia.

i. QMR / SPI

1. Membantu Direksi dalam mengidentifikasi, mengimplementasikan keefektifan pelaksanaan dan mengevaluasi sistem mutu dilingkungan Rumah Sakit Awal Bros.
2. Membuat rencana kegiatan bulanan tentang pelaksanaan pemantauan proses sistem mutu.
3. Membuat rencana kerja dan anggaran tahunan dalam implementasi sistem mutu.
4. Membuat rencanan program dan jadwal:
 - a. Rapat Tinjauan Manajemen
 - b. Rapat tindakan koreksi dan pencegahan atas masalah yang ditemukan.
5. Memberikan masukan untuk pemecahan masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan audit.

6. Melakukan identifikasi dan klarifikasi terhadap ketidak sesuaian yang ada.
7. Melakukan pengendalian dan pemantauan terhadap dokumen internal (Quality Manual, SOP, Instansi Kerja dan Uraian Tugas) rumah sakit.
8. Memantau tindakan, verifikasi, dan tindak lanjut terhadap pelaksanaan tindakan koreksi, dan pencegahan sesuai waktu yang ditetapkan.

j. Kepala Seksi Promosi

1. Menyelenggarakan promosi rumah sakit sehingga tercapai tujuan business & developmen RS Awal Bros.
2. Membuat rencana promosi yang akan dilakukan baik melalui media cetak maupun elektronik.
3. Mendata wartawan desk kesehatan serta memiliki kontak person dari setiap media.
4. Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dan harmonis dengan media.
5. Membuat dan bertanggung jawab untuk pengadaan alat/media promosi.
6. Menyebarkan brosur ke komunitas-komunitas dan masyarakat umum

C. Aktifitas Perusahaan

Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru yang bergerak dibidang kesehatan tidak dapat dikesampingkan dari kehidupan bermasyarakat, karena selain kebutuhan

masyarakat akan kehidupan yang sehat dan mendapatkan kesehatan yang layak dan pelayanan yang sangat memuaskan. Maka Rumah Sakit Awal Bros akan tetap memberikan pelayanan kesehatan pada masyarakat dan akan mengutamakan kesehatan pasien atau pelanggan.

Sebagai salah satu Rumah Sakit yang besar di Pekanbaru maka senantiasa memberikan mutu pelayanan yang sama setiap jaringan rumah sakit kepada semua pasien dengan mengutamakan kecepatan, keramahan, keakuratan, serta tanggap terhadap kebutuhan pasien.

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini penulis akan menyajikan data yang didapat dilapangan yang berbentuk angket. Dari angket yang telah disebarakan sebanyak 40 eksemplar yang sesuai dengan jumlah responden yang telah ditentukan, telah diisi dan dikembalikan sebanyak 40 eksemplar, sedangkan yang tidak dikembalikan tidak ada dan angket yang disebarakan merupakan angket tertutup. Setiap angket memiliki 25 buah pertanyaan, dimana disetiap pertanyaan berisi 5 option alternatif jawaban.

Dalam penyajian data yang digunakan, berbentuk tabel Frekuensi (F) dan Persentase (P).

Tabel 1

***Public Relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros**

Option	Altrenatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu, ada 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5%), alternatif

jawaban jarang 8 orang (20,0 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa *Public relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

Tabel 2

Komunikasi yang dilancarkan oleh *public relations* rumah sakit dengan pelanggan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat baik	2	5,0%
B	Baik	17	42,5%
C	Cukup baik	11	27,5%
D	Kurang baik	7	17,5%
E	Tidak baik	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat baik ada 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban baik 17 orang (42,5 %), yang memilih cukup baik 11 orang (27,5%), yang memilih jawaban kurang baik 7 orang (17,5%), dan jawaban tidak baik 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa komunikasi yang dilancarkan *Public relations* Rumah Sakit

Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori baik, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan baik sebanyak 17 orang (57,5%).

Table 3

Pelanggan/pasien memberikan *feed back* (umpan balik) setiap komunikasi yang dilakukan oleh *Publik Relations*

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Sering	2	5,0%
B	Sering	15	37,5%
C	Cukup sering	12	30,0%
D	Jarang	8	20,0%
E	Tidak sama sekali	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sering 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban sering 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup sering 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban jarang 8 orang (20,0 %) dan yang memilih tidak sama sekali 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pelanggan / pasien memberikan *feed back* (umpan balik) setiap komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori sering, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sering sebanyak 15 orang (37,5%).

Tabel 4

Pihak Rumah Sakit sering melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Sering	2	5,0%
B	Sering	15	37,5%
C	Cukup sering	12	30,0%
D	Jarang	8	20,0%
E	Tidak sama sekali	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sering 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban sering 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup sering 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban jarang 8 orang (20,0 %) dan yang memilih tidak sama sekali 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak rumah sakit sering melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan, termasuk dalam kategori sering, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sering sebanyak 15 orang (37,5%).

Table 5

**Sasaran yang dituju merupakan semua kalangan masyarakat
(dari kalangan atas sampai bawah)**

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	12	30,0%
B	Selalu	24	60,0%
C	Jarang	4	10,0%
D	Tidak pernah	-	-
E	Tidak pernah sama sekali	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban selalu 24 orang (60,0 %), yang memilih jawaban jarang 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban tidak pernah dan tidak pernah sama sekali tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa sasaran yang di tuju merupakan semua kalangan dan lapisan masyarakat termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar responden yang memilih selalu sebanyak 24 orang (60 %).

Tabel 6
Hubungan dengan pelanggan selalu harmonis?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	3	7,5%
B	Setuju	14	35,0%
C	Cukup setuju	11	27,5%
D	Kurang setuju	7	17,5%
E	Tidak setuju	5	12,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban setuju 14 orang (35,0 %), yang memilih jawaban cukup setuju 11 orang (27,5 %), yang menjawab kurang setuju 7 orang (17,5 %), dan yang menjawab tidak setuju 5 orang (12,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa hubungan *public relatinons* dengan pelanggan harmonis di

Rumah Sakit Awal Bros termasuk dalam kategor setuju, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan setuju sebanyak 14 orang (35,0 %).

Tabel 7

Kegiatan penyebaran informasi selalu dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

Option	Altrenatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu ada 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5 %), alternatif jawaban jarang 8 orang (20,0 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kegiatan penyebaran informasi selalu dilakukan oleh *Public relations* rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan respoonden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

Table 8
Kegiatan mengkaji tanggapan dari pelanggan merupakan salah satu kegiatan yang selalu dilakukan oleh public relations Rumah sakit.

Option	Altrenatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu ada 4 orang (10 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5 %), alternatif jawaban jarang 8 orang (20 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa *Public relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

Table 9
Kecepatan *public relations* dalam mendengarkan keluhan pelanggan?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat cepat	2	5,0%
B	Cepat	17	42,5%
C	Cukup cepat	13	32,5%
D	Kurang cepat	5	12,5%
E	Tidak cepat	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat cepat 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban cepat 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban cukup cepat 13 orang (32,5 %), yang memilih jawaban kurang cepat 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak cepat 3 orang (7,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kecepatan *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dalam menangani keluhan pelanggan termasuk dalam kategori cepat, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cepat sebanyak 17 orang (42,5%).

Tabel 10

Kesigapan dokter dan perawat menangani pelanggan atau pasien

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	1	2,5%
B	Bagus	14	35,0%
C	Cukup bagus	18	45,0%
D	Kurang bagus	5	12,5%
E	Tidak bagus	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 1 orang (2,5 %), yang memilih jawaban bagus 14 orang (35,0 %), yang memilih cukup bagus 18 orang (45,0 %), yang memilih jawaban kurang bagus 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak bagus ada 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kesigapan dokter dan perawat dalam menangani pelanggan atau pasien termasuk dalam kategori cukup bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup bagus sebanyak 18 orang (45,0 %).

Tabel 11

Pihak *public relations* mudah untuk dihubungi / di jumpai?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat mudah	4	10,0%
B	Mudah	26	65,0%
C	Cukup mudah	7	17,5%
D	Kurang mudah	3	7,5%
E	Tidak mudah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat mudah 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban mudah 26 orang (65,0 %), yang memilih jawaban cukup mudah 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban kurang mudah 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak mudah, tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru mudah untuk dihubungi termasuk dalam kategori mudah, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan mudah sebanyak 26 orang (65,0 %).

Tabel 12

Menurut Bapak / Ibu, bagaimana dengan kenyamanan berobat pada Rumah sakit ini, apakah sesuai dengan apa yang di janjikan?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	5	12,5%
B	Sesuai	17	42,5%
C	Cukup sesuai	14	35,0%
D	Kurang sesuai	3	7,5%
E	Tidak sesuai	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban sesuai 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 14 orang (35,0 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 1 orang (2,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kenyamanan berobat pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru di bandingkan dengan kesesuai yang dijanjikan termasuk dalam kategor sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 17 orang (42,5 %).

Tabel 13
Bagaimana dengan kepuasan berobat yang pelanggan rasakan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat puas	3	7,5%
B	Puas	15	37,5%
C	Cukup puas	16	40,0%
D	Kurang puas	4	10,0%
E	Tidak puas	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat puas 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban puas 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup puas 16 orang (40,0 %), yang memilih jawaban kurang puas 4 orang (10,0 %), dan yang memilih jawaban tidak puas 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan berobat yang dirasakan pelanggan atau pasien pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori cukup puas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengataka cukup puas sebanyak 16 orang (40,0 %).

Tabel 14

Apakah kondisi bangunan sesuai dengan apa yang Bapak / Ibu inginkan?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	7	17,5%
B	Sesuai	23	57,5%
C	Cukup sesuai	5	12,5%
D	Kurang sesuai	3	7,5%
E	Tidak sesuai	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban sesuai 23 orang (57,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 2 orang (5,0%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kondisi bangunan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 23 orang (57,5 %).

Tabel 15

Bagaimana dengan kejelasan biaya yang akan Bapak / Ibu bayar ?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat jelas	5	12,5%
B	Jelas	26	65,0%
C	Cukup jelas	7	17,5%
D	Kurang jelas	2	5,0%
E	Tidak jelas	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat jelas 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban jelas 26 orang (65, 0 %), yang memilih jawaban cukup jelas 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban kurang jelas 2 orang (5,0 %), dan yang memilih jawaban tidak jelas tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kejelasan biaya yang akan dibayar oleh konsumen atau pasien yang berobat pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori jelas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sebanyak 26 orang (65,0%).

Tabel 16

Jika dibandingkan dengan Rumah Sakit lain, apakah sesuai biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang didapatkan?

Opion	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	-	-
B	Sesuai	9	22,5
C	Cukup sesuai	5	12,5
D	Kurang sesuai	22	55,0
E	Tidak sesuai	4	10,0
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai tidak ada jawaban, yang memilih jawaban sesuai 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 22 orang (55,0%) dan yang memilih jawaban tidak sesuai 4 orang (10,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa jika dibandingkan dengan rumah sakit lain biaya yang di keluarkan dengan pelayanan yang didapatkan termasuk dalam kategori kurang sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan kurang sesuai sebanyak 22 orang (55,0 %).

Tabel 17

Bagaimana dengan sarana dan fasilitas fisik yang dapat dirasakan konsumen?

Opion	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	3	7,5
B	Bagus	27	67,5
C	Cukup bagus	9	22,5
D	Kurang bagus	1	2,5
E	Tidak bagus	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban bagus 27 orang (67,5 %), yang memilih jawaban cukup bagus 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban kurang bagus 1 orang (2,5 %), dan yang memilih jawaban tidak bagus tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa sarana dan fasilitas fisik yang dapat dirsakan konsumen termasuk dalam kategori bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan bagus sebanyak 27 orang (55,0%).

Tabel 18

**Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Awal Bros terhadap pasien
dapat di kategorikan kedalam “ cepat”**

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Setuju	-	-
B	Setuju	11	27,5%
C	Cukup setuju	19	47,5%
D	Kurang setuju	3	7,5%
E	Tidak setuju	7	17,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju tidak ada jawaban, yang memilih jawaban setuju 11 orang (27,5%), yang memilih jawaban cukup setuju 19 orang (47,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak setuju 7 orang (17,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pelayanan yang di berikan rumah sakit terhadap pasien termasuk dalam kategori cepat, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup setuju dengan pelayanan yang cepat sebanyak 19 orang (47,5 %).

Tabel 19

**Kebersihan, kenyamanan, dan kerapihan ruangan dalam Rumah
Sakit Awal Bros Pekanbaru**

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	7	17,5%
B	Bagus	29	72,5%
C	Cukup bagus	4	10,0%
D	Kurang bagus	-	-
E	Tidak bagus	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban bagus 29 orang (72,5 %), yang memilih jawaban cukup bagus 4 orang (10,0%), yang memilih jawaban kurang bagus tidak ada jawaban dan yang memilih jawaban tidak bagus tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kebersihan, kenyamanan, dan kerapihan ruangan dalam rumah sakit awal bros termasuk dalam kategori bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan bagus sebanyak 29 orang (72,5 %).

Tabel 20

Rumah Sakit Awal Bros sangat efisien dan efektif dalam keselamatan pasien dan kemudahan yang diberikan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	-	-
B	Setuju	13	32,5%
C	Cukup setuju	15	37,5%
D	Kurang setuju	8	20,0%
E	Tidak setuju	4	10,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju tidak ada jawaban, yang memilih jawaban setuju 13 orang (32,5 %), yang memilih jawaban cukup setuju 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 8 orang (20,0 %), yang memilih jawaban tidak setuju 4 orang (10,0%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak rumah sakit cukup efisiensi dan efektifitas dalam keselamatan pasien atau pelanggan termasuk dalam kategori cukup setuju, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup setuju sebanyak 15 orang (37,5 %).

Tabel 21

Apakah informasi yang diberikan Rumah Sakit sangat jelas?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat jelas	1	2,5%
B	Jelas	9	22,5%
C	Cukup jelas	21	52,5%
D	Kurang jelas	6	15,0%
E	Tidak jelas	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat jelas 1 orang (2,5 %), yang memilih jawaban jelas 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban cukup jelas 21 orang (52,5 %), yang memilih jawaban kurang jelas 6 orang (15,0 %), dan yang memilih jawaban tidak jelas 3 orang (7,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa informasi yang diberikan rumah sakit awal brosur kepada pelanggan termasuk dalam kategori jelas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan jelas berjumlah 21 orang (52,5 %).

Tabel 22

Setiap ada keluhan, pihak Rumah Sakit langsung menangani dengan penanganan yang memuaskan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	-	-
B	Selalu	7	17,5%
C	Jarang	17	42,5%
D	Tidak pernah	8	20,0%
E	Sangat tidak pernah	8	20,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu tidak ada jawaban, yang memilih jawaban selalu 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban jarang 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban tidak pernah 8 orang (20,0 %), dan yang memilih jawaban sangat tidak pernah 8 orang (20,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa setiap ada keluhan pihak rumah sakit langsung menangani dengan penanganan yang memuaskan termasuk dalam kategori jarang, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan jarang sebanyak 17 orang (42,5 %).

Tabel 23

Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	4	10,0%
B	Sesuai	18	45,0%
C	Cukup sesuai	11	27,5%
D	Kurang sesuai	5	12,5%
E	Tidak sesuai	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban sesuai 18 orang (45,0 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 11 orang (27, 5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan termasuk dalam kategori sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 18 orang (45,0 %).

Tabel 24
Fasilitas yang ada di Rumah Sakit Awal Bros dapat di kategorikan
“lengkap”

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	6	15,0%
B	Setuju	29	72,5%
C	Cukup setuju	3	7,5%
D	Kurang setuju	1	2,5%
E	Tidak setuju	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju 6 orang (15,0 %), yang memilih jawaban setuju 29 orang (72,5 %), yang memilih jawaban cukup setuju 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 1 orang (2,5 %), dan yang memilih jawaban tidak setuju 1 orang (2,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa fasilitas yang ada di rumah sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori lenkap, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sebanyak 29 orang (72,5 %).

Table 25

Apakah bapak/ Ibu puas dengan semua pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat puas	-	-
B	Puas	20	50,0%
C	Cukup puas	4	10,0%
D	Kurang puas	5	12,5%
E	Tidak puas	11	27,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat puas tidak ada jawaban, yang memilih jawaban puas 20 orang (50,0 %), yang memilih jawaban cukup bersedia 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban cukup puas 4 orang (10,0%), yang memilih kurang puas 5 orang (12,5 %) dan tidak puas 11 orang (27,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa semua pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit awal bros Pekanbaru pada pasien atau pelanggan termasuk dalam kategori puasa, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan puas sebanyak 20 orang (50,0 %).

Usaha – usaha yang dilakukan oleh *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Kemudaha pelanggan untuk mencari kami (pihak perusahaan).
2. Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan

3. Selalau memberikan layanan yang cepat, tepat , tanggap serta mampu menangani keluhan pelanggan
4. Memberikan wujud fisik bangunan agar mudah dipahami oleh pelanggan
5. Menyediakan kotak saran tentang pelayanan yang kami berikan
6. Hadapi keluhan pelanggan dengan sikap hormat
7. Mendengarkan keluhan-keluhan yang diutarankan oleh pelanggan
8. Jangan terbawa emosi atas sikap pelanggan
9. Jangan memotong pembicaraan konsumen apabila belum selesai berbicara
10. Tawarkan jalan keluar yang baik untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan – keluhan tersebut.
11. Memberikan informasi yang detail kepada calon pelanggan.
12. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada setiap calon pelanggan

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab III ini penulis akan menyajikan data yang di peroleh dari observasi dan angket yang disebarkan kepada responden. Bentuk penyajian ini penulis sajikan sesuai dengan tehnik yang penulis tetapkan tertara pada bab I pendekatan metode deskriptif kuantitatif. Untuk mendapatkan data yang diperlukan penulis melakukan observasi, penyebaran angket dan dokumentasi, selanjutnya dianalisa pada bab IV.

Dari angket yang telah disebarkan sebanyak 40 eksemplar yang sesuai dengan jumlah responden yang telah ditentukan, telah diisi dan dikembalikan sebanyak 40 eksemplar, sedangkan yang tidak dikembalikan tidak ada dan angket yang disebarkan merupakan angket tertutup. Setiap angket memiliki 25 buah pertanyaan, dimana disetiap pertanyaan berisi 5 option alternatif jawaban.

Data yang di peroleh disajikan dalam bentuk table, yang memuat frekuensi jawaban responden serta persentase, untuk memudahkan dalam memperoleh persentase penulis menggunakan rumus dalam mengelolah angket.

Dalam penyajian data yang digunakan, berbentuk tabel Frekuensi (F) dan Persentase (P).

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

A. Indikator peran *Public Relations*

Tabel 1

***Public Relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros**

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu, ada 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5%), alternatif jawaban jarang 8 orang (20,0 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa *Public relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

Tabel 2

Bagaimana komunikasi yang dilancarkan oleh public relations rumah sakit dengan pelanggan?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat baik	2	5,0%
B	Baik	17	42,5%
C	Cukup baik	11	27,5%
D	Kurang baik	7	17,5%
E	Tidak baik	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat baik ada 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban baik 17 orang (42,5 %), yang memilih cukup baik 11 orang (27,5%), yang memilih jawaban kurang baik 7 orang (17,5%), dan jawaban tidak baik 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa komunikasi yang dilancarkan *Public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori baik, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan baik sebanyak 17 orang (57,5%).

Table 3

Pelanggan/pasien memberikan *feed back* (umpan balik) setiap komunikasi yang dilakukan oleh *Publik Relations*

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Sering	2	5,0%
B	Sering	15	37,5%
C	Cukup sering	12	30,0%
D	Jarang	8	20,0%
E	Tidak sama sekali	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sering 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban sering 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup sering 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban jarang 8 orang (20,0 %) dan yang memilih tidak sama sekali 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pelanggan / pasien memberikan *feed back* (umpan balik) setiap komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori sering, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sering sebanyak 15 orang (37,5%).

Tabel 4
Pihak Rumah Sakit sering melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Sering	2	5,0%
B	Sering	15	37,5%
C	Cukup sering	12	30,0%
D	Jarang	8	20,0%
E	Tidak sama sekali	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sering 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban sering 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup sering 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban jarang 8 orang (20,0 %) dan yang memilih tidak sama sekali 3 orang (7,5%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak rumah sakit sering melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan, termasuk dalam kategori sering, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sering sebanyak 15 orang (37,5%).

Table 5**Sasaran yang dituju merupakan semua kalangan masyarakat**

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	12	30,0%
B	Selalu	24	60,0%
C	Jarang	4	10,0%
D	Tidak pernah	-	-
E	Tidak pernah sama sekali	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu 12 orang (30,0 %), yang memilih jawaban selalu 24 orang (60,0 %), yang memilih jawaban jarang 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban tidak pernah dan tidak pernah sama sekali tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa sasaran yang di tuju merupakan semua kalangan dan lapisan masyarakat termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar responden yang memilih selalu sebanyak 24 orang (60 %).

Tabel 6
Hubungan dengan pelanggan selalu harmonis?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	3	7,5%
B	Setuju	14	35,0%
C	Cukup setuju	11	27,5%
D	Kurang setuju	7	17,5%
E	Tidak setuju	5	12,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban setuju 14 orang (35,0 %), yang memilih jawaban cukup setuju 11 orang (27,5 %), yang menjawab kurang setuju 7 orang (17,5 %), dan yang menjawab tidak setuju 5 orang (12,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa hubungan *public relatinons* dengan pelanggan harmonis di Rumah Sakit Awal Bros termasuk dalam kategor setuju, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan setuju sebanyak 14 orang (35,0 %).

Tabel 7

Kegiatan penyebaran informasi selalu dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru.

Option	Altrenatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu ada 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5 %), alternatif jawaban jarang 8 orang (20,0 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kegiatan penyebaran informasi selalu dilakukan oleh *Public*

relations rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

Table 8
Kegiatan mengkaji tanggapan dari pelanggan merupakan salah satu kegiatan yang selalu dilakukan oleh *public relations* Rumah sakit.

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	4	10,0%
B	Selalu	23	57,5%
C	Jarang	8	20,0%
D	Tidak pernah	5	12,5%
E	Sangat tidak pernah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu ada 4 orang (10 %), yang memilih jawaban selalu 23 orang (57,5 %), alternatif jawaban jarang 8 orang (20 %), dan alternatif tidak pernah 5 orang (12,5 %), sedangkan untuk jawaban sangat tidak pernah tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa *Public relations* selalu melakukan komunikasi dua arah di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori selalu, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan selalu sebanyak 23 orang (57,5%).

B. Indikator kepuasan pelanggan

Table 9
Kecepatan *public relations* dalam mendengarkan keluhan pelanggan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat cepat	2	5,0%
B	Cepat	17	42,5%
C	Cukup cepat	13	32,5%
D	Kurang cepat	5	12,5%
E	Tidak cepat	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat cepat 2 orang (5,0 %), yang memilih jawaban cepat 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban cukup cepat 13 orang (32,5 %), yang memilih jawaban kurang cepat 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak cepat 3 orang (7,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kecepatan *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dalam menangani keluhan pelanggan termasuk dalam kategori cepat, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cepat sebanyak 17 orang (42,5%).

Tabel 10
Kesigapan dokter dan perawat menangani pelanggan atau pasien

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	1	2,5%
B	Bagus	14	35,0%
C	Cukup bagus	18	45,0%
D	Kurang bagus	5	12,5%
E	Tidak bagus	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 1 orang (2,5 %), yang memilih jawaban bagus 14 orang (35,0 %), yang memilih cukup bagus 18 orang (45,0 %), yang memilih jawaban kurang bagus 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak bagus ada 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kesigapan dokter dan perawat dalam menangani pelanggan atau pasien termasuk dalam kategori cukup bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup bagus sebanyak 18 orang (45,0 %).

Tabel 11
Pihak *public relations* mudah untuk dihubungi / di jumpai

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat mudah	4	10,0%
B	Mudah	26	65,0%
C	Cukup mudah	7	17,5%
D	Kurang mudah	3	7,5%
E	Tidak mudah	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat mudah 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban mudah 26 orang (65,0 %), yang memilih jawaban cukup mudah 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban kurang mudah 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak mudah, tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru mudah untuk dihubungi termasuk dalam kategori mudah, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan mudah sebanyak 26 orang (65,0 %).

Tabel 12

Menurut Bapak / Ibu, bagaimana dengan kenyamanan berobat pada Rumah sakit ini, apakah sesuai dengan apa yang di janjikan?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	5	12,5%
B	Sesuai	17	42,5%
C	Cukup sesuai	14	35,0%
D	Kurang sesuai	3	7,5%
E	Tidak sesuai	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban sesuai 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 14 orang (35,0 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 1 orang (2,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kenyamanan berobat pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

di bandingkan dengan kesesuai yang dijanjikan termasuk dalam kategor sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 17 orang (42,5 %).

Tabel 13

Bagaimana dengan kepuasan berobat yang pelanggan rasakan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat puas	3	7,5%
B	Puas	15	37,5%
C	Cukup puas	16	40,0%
D	Kurang puas	4	10,0%
E	Tidak puas	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat puas 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban puas 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban cukup puas 16 orang (40,0 %), yang memilih jawaban kurang puas 4 orang (10,0 %), dan yang memilih jawaban tidak puas 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kepuasan berobat yang dirasakan pelanggan atau pasien pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori cukup puas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengataka cukup puas sebanyak 16 orang (40,0 %).

Tabel 14
Kondisi bangunan sesuai dengan apa yang Bapak / Ibu inginkan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	7	17,5%
B	Sesuai	23	57,5%
C	Cukup sesuai	5	12,5%
D	Kurang sesuai	3	7,5%
E	Tidak sesuai	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban sesuai 23 orang (57,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 2 orang (5,0%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kondisi bangunan Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 23 orang (57,5 %).

Tabel 15
Bagaimana dengan kejelasan biaya yang akan Bapak / Ibu bayar ?

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat jelas	5	12,5%
B	Jelas	26	65,0%
C	Cukup jelas	7	17,5%
D	Kurang jelas	2	5,0%
E	Tidak jelas	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat jelas 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban jelas 26 orang (65, 0 %), yang memilih jawaban cukup jelas 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban kurang jelas 2 orang (5,0 %), dan yang memilih jawaban tidak jelas tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kejelasan biaya yang akan dibayar oleh konsumen atau pasien yang berobat pada Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori jelas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sebanyak 26 orang (65,0%).

Tabel 16

Jika dibandingkan dengan Rumah Sakit lain, apakah sesuai biaya yang dikeluarkan dengan pelayanan yang didapatkan?

Opion	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	-	-
B	Sesuai	9	22,5
C	Cukup sesuai	5	12,5
D	Kurang sesuai	22	55,0
E	Tidak sesuai	4	10,0
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai tidak ada jawaban, yang memilih jawaban sesuai 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 22 orang (55,0%) dan yang memilih jawaban tidak sesuai 4 orang (10,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa jika dibandingkan dengan rumah sakit lain biaya yang di keluarkan dengan pelayanan yang didapatkan termasuk dalam kategori kurang sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan kurang sesuai sebanyak 22 orang (55,0 %).

Tabel 17

Bagaimana dengan sarana dan fasilitas fisik yang konsumen rasakan

Opion	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	3	7,5
B	Bagus	27	67,5
C	Cukup bagus	9	22,5
D	Kurang bagus	1	2,5
E	Tidak bagus	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban bagus 27 orang (67,5 %), yang memilih jawaban cukup bagus 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban kurang bagus 1 orang (2,5 %), dan yang memilih jawaban tidak bagus tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa sarana dan fasilitas fisik yang dapat dirsakan konsumen termasuk dalam kategori bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan bagus sebanyak 27 orang (55,0%).

Tabel 18

Pelayanan yang diberikan Rumah Sakit Awal Bros terhadap pasien dapat di kategorikan kedalam “ cepat”

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat Setuju	-	-
B	Setuju	11	27,5%
C	Cukup setuju	19	47,5%
D	Kurang setuju	3	7,5%
E	Tidak setuju	7	17,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju tidak ada jawaban, yang memilih jawaban setuju 11 orang (27,5%), yang memilih jawaban cukup setuju 19 orang (47,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 3 orang (7,5 %), dan yang memilih jawaban tidak setuju 7 orang (17,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pelayanan yang di berikan rumah sakit terhadap pasien termasuk dalam kategori cepat, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup setuju dengan pelayanan yang cepat sebanyak 19 orang (47,5 %).

Tabel 19

Kebersihan, kenyamanan, dan kerapihan ruangan dalam Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat bagus	7	17,5%
B	Bagus	29	72,5%
C	Cukup bagus	4	10,0%
D	Kurang bagus	-	-
E	Tidak bagus	-	-
Jumlah		40	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat bagus 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban bagus 29 orang (72,5 %), yang memilih jawaban cukup bagus 4 orang (10,0%), yang memilih jawaban kurang bagus tidak ada jawaban dan yang memilih jawaban tidak bagus tidak ada jawaban.

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kebersihan, kenyamanan, dan kerapihan ruangan dalam rumah sakit awal bros termasuk dalam kategori bagus, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan bagus sebanyak 29 orang (72,5 %).

Tabel 20

Rumah Sakit Awal Bros sangat efisien dan efektif dalam keselamatan pasien dan kemudahan yang diberikan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	-	-
B	Setuju	13	32,5%
C	Cukup setuju	15	37,5%
D	Kurang setuju	8	20,0%
E	Tidak setuju	4	10,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju tidak ada jawaban, yang memilih jawaban setuju 13 orang (32,5 %), yang memilih jawaban cukup setuju 15 orang (37,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 8 orang (20,0 %), yang memilih jawaban tidak setuju 4 orang (10,0%).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pihak rumah sakit cukup efisiensi dan efektifitas dalam keselamatan pasien atau pelanggan termasuk dalam kategori cukup setuju, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan cukup setuju sebanyak 15 orang (37,5 %).

Tabel 21
Informasi yang diberikan Rumah Sakit sangat jelas

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat jelas	1	2,5%
B	Jelas	9	22,5%
C	Cukup jelas	21	52,5%
D	Kurang jelas	6	15,0%
E	Tidak jelas	3	7,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat jelas 1 orang (2,5 %), yang memilih jawaban jelas 9 orang (22,5 %), yang memilih jawaban cukup jelas 21 orang (52,5 %), yang memilih jawaban kurang jelas 6 orang (15,0 %), dan yang memilih jawaban tidak jelas 3 orang (7,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa informasi yang diberikan rumah sakit awal brosur pekanbaru kepada pelanggan termasuk dalam kategori jelas, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan jelas berjumlah 21 orang (52,5 %).

Tabel 22
Setiap ada keluhan, pihak Rumah Sakit langsung menangani dengan penanganan yang memuaskan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat selalu	-	-
B	Selalu	7	17,5%
C	Jarang	17	42,5%
D	Tidak pernah	8	20,0%
E	Sangat tidak pernah	8	20,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat selalu tidak ada jawaban, yang memilih jawaban selalu 7 orang (17,5 %), yang memilih jawaban jarang 17 orang (42,5 %), yang memilih jawaban tidak pernah 8 orang (20,0 %), dan yang memilih jawaban sangat tidak pernah 8 orang (20,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa setiap ada keluhan pihak rumah sakit langsung menangani dengan penanganan yang memuaskan termasuk dalam kategori jarang, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan jarang sebanyak 17 orang (42,5 %).

Tabel 23

Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan kepada pelanggan

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat sesuai	4	10,0%
B	Sesuai	18	45,0%
C	Cukup sesuai	11	27,5%
D	Kurang sesuai	5	12,5%
E	Tidak sesuai	2	5,0%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat sesuai 4 orang (10,0 %), yang memilih jawaban sesuai 18 orang (45,0 %), yang memilih jawaban cukup sesuai 11 orang (27, 5 %), yang memilih jawaban kurang sesuai 5 orang (12,5 %), dan yang memilih jawaban tidak sesuai 2 orang (5,0 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan termasuk

dalam kategori sesuai, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sesuai sebanyak 18 orang (45,0 %).

Tabel 24
Fasilitas yang ada di Rumah Sakit Awal Bros dapat di kategorikan “lengkap”

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat setuju	6	15,0%
B	Setuju	29	72,5%
C	Cukup setuju	3	7,5%
D	Kurang setuju	1	2,5%
E	Tidak setuju	1	2,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat setuju 6 orang (15,0 %), yang memilih jawaban setuju 29 orang (72,5 %), yang memilih jawaban cukup setuju 3 orang (7,5 %), yang memilih jawaban kurang setuju 1 orang (2,5 %), dan yang memilih jawaban tidak setuju 1 orang (2,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa fasilitas yang ada di rumah sakit Awal Bros Pekanbaru termasuk dalam kategori lengkap, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan sebanyak 29 orang (72,5 %).

Table 25

Apakah bapak/ Ibu puas dengan semua pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Sangat puas	-	-
B	Puas	20	50,0%
C	Cukup puas	4	10,0%
D	Kurang puas	5	12,5%
E	Tidak puas	11	27,5%
Jumlah		40	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa alternatif jawaban sangat puas tidak ada jawaban, yang memilih jawaban puas 20 orang (50,0 %), yang memilih jawaban cukup bersedia 5 orang (12,5 %), yang memilih jawaban cukup puas 4 orang (10,0%), yang memilih kurang puas 5 orang (12,5 %) dan tidak puas 11 orang (27,5 %).

Dari hasil kumpulan jawaban responden diatas penulis menarik kesimpulan bahwa semua pelayanan yang diberikan oleh rumah sakit awal bros Pekanbaru pada pasien atau pelanggan termasuk dalam kategori puasa, hal ini terlihat dari besar tanggapan responden yang mengatakan puas sebanyak 20 orang (50,0 %).

Usaha – usaha yang dilakukan oleh *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Kemudaha pelanggan untuk mencari kami (pihak perusahaan).
2. Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan

3. Selalau memberikan layanan yang cepat, tepat , tanggap serta mampu menangani keluhan pelanggan
4. Memberikan wujud fisik bangunan agar mudah dipahami oleh pelanggan
5. Menyediakan kotak saran tentang pelayanan yang kami berikan
6. Hadapi keluhan pelanggan dengan sikap hormat
7. Mendengarkan keluhan-keluhan yang diutarankan oleh pelanggan
8. Jangan terbawa emosi atas sikap pelanggan
9. Jangan memotong pembicaraan konsumen apabila belum selesai berbicara
10. Tawarkan jalan keluar yang baik untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan – keluhan tersebut.
11. Memberikan informasi yang detail kepada calon pelanggan.
12. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada setiap calon pelanggan

BAB IV

ANALISA DATA

A. Peran *Public Relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Pekanbaru

Pada bab ini penulis menganalisa data yang telah dijabarkan pada bab III. Setelah dijabarkan, maka selanjutnya penulis menganalisa pada bab IV. Untuk menganalisa data ini sebelumnya penulis mengklarifikasi terlebih dahulu rumusan masalah.

Adapun rumusan masalah yaitu untuk mengetahui peran *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di pekanbaru. Untuk menjawab permasalahan diatas penulis sesuaikan dengan angket dari 1 sampai 25.

Untuk menganalisa permasalahan tersebut penulis menggunakan rumus :

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

Dengan demikian untuk hasil persentase tersebut terlebih dahulu di buat rekapitulasi nilai terhadap responden masing-masing klarifikasi untuk mengetahui nilai “ N “ sebagai berikut :

Reputasi tentang peran *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

Tabel	A		B		C		D		E	
No	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	4	10,0%	23	57,5%	8	20,0%	5	12,5%	-	-
2	2	5,0%	17	42,5%	11	27,5%	7	17,5%	3	7,5%
3	2	5,0%	15	37,5%	12	30,0%	8	20,0%	3	7,5%
4	2	5,0%	15	37,5%	12	30,0%	8	20,0%	3	7,5%
5	12	30,0%	24	60,0%	4	10,0%	-	-	-	-
6	3	7,5%	14	35,0%	11	27,5%	7	17,5%	5	12,5%
7	4	10,0%	23	57,5%	8	20,0%	5	12,5%	-	-
8	4	10,0%	23	57,5%	8	20,0%	5	12,5%	-	-
Jumlah	33		154		74		45		14	

Untuk pertama kali penulis harus mencari nilai “N” nilai N dapat diketahui dengan

rumus :

$$N = FA + FB + FC + FD + FE$$

$$N = 33 + 154 + 74 + 45 + 14$$

$$N = 320$$

Setelah diketahui nilai “N” berjumlah 320, maka selanjutnya dicari nilai “F”.

Untuk mencari nilai “F” masing-masing di beri bobot terlebih dahulu yaitu :

Option A diberi bobot 5

Option B diberi bobot 4

Option C diberi bobot 3

Option D diberi bobot 2

Option E diberi bobot 1

Sehingga dapat dicari nilai “F” sebagai berikut :

$$\text{Alternatif jawaban A (33 x 5)} = 165$$

$$\text{Alternatif jawaban B (154 x 4)} = 616$$

$$\text{Alternatif jawaban C (74 x 3)} = 222$$

$$\text{Alternatif jawaban D (45 x 2)} = 90$$

$$\text{Alternatif jawaban E (14 x 1)} = 14$$

$$\text{Jumlah} = 1107$$

Maka nilai “ F “ = 1107

Selanjutnya dicari nilai rata-rata yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

F

$$P = (\frac{F}{N} \times 100 \%) : 5$$

N

$$P = (\frac{1107}{320} \times 100 \%) : 5$$

$$P = (\frac{110700}{320}) : 5$$

$$P = (345,93) : 5$$

$$P = 69,18 \%$$

Dari hasil analisa data diatas dapat diketahui peran *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dapat dikatakan puas dengan hasil 69,18 %. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada bab I bahwa persentase pada kategori :

a. Sangat puas 81 – 100 %

b. Puas 66 – 80 %

c. Cukup puas 46 - 65 %

d. Kurang puas 21 – 45 %

e. Tidak puas 0 – 20 %

**Rekapitulasi tentang kepuasan pelanggan Rumah Sakit Awal Bros di
Pekanbaru**

Tabel	A		B		C		D		E	
No	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
1	2	5,0%	17	42,5%	13	32,5%	5	12,5%	3	7,5%
2	1	2,50%	14	35,0%	18	45,0%	5	12,5%	2	5,0%
3	4	5,0%	26	65,0%	7	17,5%	3	7,5%	-	-
4	5	12,5%	17	42,5%	14	35,0%	3	7,5,%	1	2,5%
5	3	7,5%	15	37,5%	16	40,0%	4	10,0%	2	5,0%
6	7	17,5%	23	57,5%	5	12,5%	3	7,5%	2	5,0%
7	5	12,5%	26	65,0%	7	17,5%	2	5,0%	-	-
8	-	-	9	22,5%	5	12,5%	22	55,0%	4	10,0%
9	3	7,5%	27	67,5%	9	22,5%	1	2,5%	-	-
10	-	-	11	27,5%	19	47,5%	3	7,5%	7	17,5%
11	7	17,5%	29	72,5%	4	10,0%	-	-	-	-
12	-	-	13	32,5%	15	37,5%	8	20,0%	4	10,0%
13	1	2,5%	9	22,5%	21	52,5%	6	15,0%	3	7,5%
14	-	-	7	17,5%	17	42,5,%	8	20,0%	8	20,0%
15	4	10,0%	18	45,0%	11	27,5%	5	12,5%	2	5,0%
16	6	15,0%	29	72,5%	3	7,5%	1	2,5%	1	2,5%
17	-	-	20	50,0%	4	10,0%	5	12,5%	11	27,5%
Jumlah	48		310		188		74		50	

Untuk pertama kali penulis harus mencari nilai “N” nilai N dapat diketahui

dengan rumus :

$$N = FA + FB + FC + FD + FE$$

$$N = 48 + 310 + 188 + 74 + 50$$

$$N = 670$$

$$P = \left(\frac{2242}{670} \times 100\% \right) : 5$$

$$P = \left(\frac{224200}{670} \right) : 5$$

$$P = (334,62) : 5$$

$$P = 66,92 \, \%$$

Dari hasil analisa data diatas dapat diketahui kepuasan pelanggan di Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru dapat dikatakan puas dengan hasil 66,92 %. Hal ini sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada bab I bahwa persentase pada kategori :

- a. Sangat puas 81 – 100 %
- b. Puas 66 – 80 %
- c. Cukup puas 46 - 65 %
- d. Kurang puas 21 – 45 %
- e. Tidak puas 0 – 20 %

Berikut akan dipaparkan analisa terhadap masing – masing item berdasarkan data jawaban responden yang dibuat berdasarkan frekuensi dan persentase masing – masing option, analisa selenkapnya dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 1 menunjukkan tentang komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros yaitu dua arah, dalam hal ini sebagian besar responden menjawab pelanggan memilih selalu, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (selalu)

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi dua arah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh *public relations* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pelanggan atau konsumen lebih memilih selalau, karena komunikasi dua arah akan lebih memudahkan mereka dalam menyampaikan keluhan kepada pihak rumah sakit.

Tabel 2 menunjukkan tentang bagaimana komunikasi yang dilancarkan oleh *public relations* Rumah sakit awal bro Pekbaru dengan pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab baik, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (baik).

Tabel 3 menunjukkan setiap komunikasi yang dilancarkan *public relations*, pelanggan selalu memberikan *feed back* atau umpan balik. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab sering, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (sering).

Tabel 4 menunjukkan tentang pihak Rumah sakit sering melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab sering, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih optition B (sering).

Hubungan yang baik adalah hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena baik atau tidaknya layanan suatu perusahaan terhadap pelanggan sangat bergantung pada bagaimana hubungan perusahaan dengan pelanggan yang ada. Apabila sebuah perusahaan memiliki hubungan yang tidak bagus dengan pelanggan

maka pelanggan tidak akan tertarik untuk berobat atau datang ke rumah sakit pada perusahaan tersebut.

Rumah Sakit Awal Bros selalu menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dengan pelanggan. Karena pihak rumah sakit selalu memperhatikan hal apa yang sangat dibutuhkan oleh pelanggan dan begitu juga dengan setiap keluhan yang datang dari pelanggan langsung di tanggap dan di cari solusinya.

Tabel 5 menunjukkan tentang sasaran yang dituju oleh Rumah sakit awal bros pekanbaru adalah semua lapisan masyarakat. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab selalu, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (selalu).

Tabel 6 menunjukkan tentang hubungan pihak rumah sakit dengan pelanggan selalu harmonisi. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab hubungan nya harmonis, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option B (selalu) .

Keharmonisan haruslah dijaga agar kepercayaan antara *public relations* dengan pelanggan selalu terjaga, untuk menjaga keharmonisan memang membutuhkan kerja keras karena berbuat salah sedikit saja kita bisa dicap oleh pelanggan kurang baik, apalagi menyinggung perasaan pelanggan maka akan fatal akibat yang akan kita terima.

Tabel 7 menunjukkan tentang kegiatan penyebaran informasi selalu dilakukan oleh *public relations* rumah sakit awal bros Pekanbaru. Dalam hal ini sebagian besar

menjawab *public relations* rumah sakit selalu menyebarkan informasi, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang menjawab option B (Selalu).

Informasi sangat penting bagi para calon konsumen, kita harus memperhatikan informasi yang akan kita berikan kepada masyarakat banyak, apabila informasi yang kita berikan tidak jelas maka pelanggan atau konsumen tidak mengerti dan akan bertanya-tanya tentang informasi yang kita berikan dan gunakan lah media yang pas sehingga pesan yang kita sampaikan tidak salah sasaran.

Disini rumah sakit awal bros dalam menyebarkan informasi tentang pelayanan jasa dan fasilitas lain yang ada di rumah sakit awal bros telah menggunakan bermacam-macam media, baik dari media cetak maupun elektronik yang ada di Pekanbaru.

Tabel 8 menunjukkan tentang kegiatan mengkaji tanggapan dari pelanggan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh *public relations* rumah sakit awal bros Pekanbaru. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab *public relations* selalu mengkaji tanggapan dari pelanggan, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang menjawab option B (Selalu).

Pelanggan menurut buku dinamika pemasaran adalah konsumen yang sangat berpengaruh pada suatu perusahaan karena konsumen lah yang bisa membuat bangkrut atau runtuh sebuah perusahaan. disini perusahaan masih berhubungan dengan pihak pelanggan, karena perusahaan menyadari bahwa pelanggan adalah asset yang paling berharga.

Tabel 9 menunjukkan tentang bagaimana kecepatan dari *public relations* rumah sakit awal brosur dalam mendengarkan keluhan pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab cepat, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang menjawab option B (Cepat).

Salah satu budaya yang diterapkan oleh perusahaan mengatakan bahwa perusahaan menganggap konsumen adalah raja, dan konsumen diharapkan memperoleh kepuasan yang tinggi dari perusahaan. Sehingga pelanggan merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena dengan adanya penerapan budaya pada perusahaan ini.

Tabel 10 menunjukkan tentang bagaimana kesiapan dokter dan perawat dalam menangani pasien, dalam hal ini sebagian besar responden menjawab cukup bagus, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option C (cukup bagus)

Cepat, tepat dan tanggap merupakan hal utama yang harus dilakukan oleh dokter maupun perawat yang ada di rumah sakit, karena kepuasan pelanggan dalam berobat sangat tergantung pada kesiapan dan kecepatan dari tim medis yang ada, karena semua pelanggan tidak ada yang mau di biarkan atau diabaikan begitu saja.

Maka pihak medis haruslah benar – benar agar pelanggan tidak kecewa terhadap pekerjaan atau pelayanan yang kita lakukan. Kita menyadari betul bahwa pelanggan adalah orang yang selalu benar untuk itu segala keinginannya harus kita penuhi agar percaya dengan jasa yang kita berikan.

Tabel 11 menunjukkan tentang bagaimana kemudahan *public relations* untuk di jumpai dan dihubungi. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab mudah *public relations* unruk dijumpai, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option B (mudah)

Kemudahan untuk dijumpai adalah hal yang harus diperhatikan oleh *public relations* karena apabila seorang *public relations* tidak mudah untuk dijumpai maka pelanggan aka mersa kecewa terhadap kita. Disini pihak perusahaan telah melakukan hal demikian sesuai dengan tanggapan pelanggan yang menyatakan bahwa *public relations* mudah untuk dijumpai dan itulah yang seharusnya dilakukan oleh *public relations*.

Tabel 12 menunjukkan tentang kenyamanan berobat sesuai dangan janji yang ditawarkan pihak *public relations*, dalam hal ini sebagian besar responden menjawab sesuai. Hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option B (sesuai)

Tabel 13 menunjukkan tentang bagaimana kepuasan berobat yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responnden menjawab tingkat kepuasan berobat cukup puas, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option C (cukup puas)

Kepuasan merupakan unsur dari pelayanan, apabila kepuasan telah didapat oleh seorang palanggan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas terhadap palayanan yang kita berikan. Kepuasan pelanggan adalah hal yang paling utama yang

harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan karena kepuasan pelayanan merupakan citra dari sebuah perusahaan.

Tabel 14 menunjukkan tentang bagaimana kondisis fisik bangunan terhadap kesesuaian yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab bangunan yang ada di rumah sakit awal bros sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option b (sesuai).

Tabel 15 menunjukkan tentang kejelasan biaya yang akan dibayar oleh pelanggan atau pasien ketika berobat pada rumah sakit awal bros Pekanbaru. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab jelas, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang memilih option B (Jelas).

Biaya merupakan hal yang harus di jelaskan dengan sebaik mungkin kepada pelanggan agar pelanggan lebih megetahui apa saja yang harus di bayar dan untuk memudahkan pelanggan dalam mempersiapkan semua biaya yang akan ditanggung, biaya merupakan suatu yang sangat rentan karena bisa saja apa bila biaya yang dibayar oleh pelanggan tidak dijelaskan dengan rinci, akan menyebabkan pelanggan berpikir negative dan bisa menyebabkan pelanggan tidak mau lagi berobat atau datang ke rumah sakit tersebut. Disini perusahaan telah menjelaskan dengan sejelas mungkin tentang biaya yang akan dibayar oleh pelanggan terhadap biaya berobat.

Tabel 16 menunjukkan tentang perbandingan biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dibandingkan dengan rumah sakit lain dan pelayanan yang didapatkan.

Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab kurang sesuai, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option C (Tidak sesuai)

Tabel 17 menunjukkan tentang bagaimana sarana dan fasilitas fisik yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab bagus, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option B (bagus) .

Disini perusahaan kurang erring memberikan palayan kepada pelanggan seperti memperbaiki fasilitas yang rusak. seharusnya perusahaan tidak boleh mengabaikan keluhan para pelanggan, karena pelanggan bersifat heterogen atau bermacam-macam.

Tabel 18 menunjukkan tentang pelayanan yang diberikan oleh *public relations* rumah sakit awal bros di kategorikan kedalam pelayanan cepat. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab cukup setuju, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option C (cukup setuju).

Pelayanan yang cepat merupakan suatu hal yang harus dilakukan oleh public relations rumah sakit awal bros pekabaru, karena kecepatan pihak rumah sakit dalam memberikan pelayanan pada konsumen sangat mempengaruhi pada aspek pelengan yang datang berobat pada rumah sakit itu sendiri, jika pelayanan yang diberikan cepat maka akan membuat pelanggan lebih percaya terhadap pelayanan yang dibeerikan.

Tabel 19 menunjukkan tentang kebersihan, kenyamanan, dan kerapihan ruangan dalam Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab bagus, hal ini dapat dilihat dari besarnya persentase yang menjawab option B (bagus).

Tabel 20 menunjukkan tentang Rumah Sakit Awal Bros sangat efisien dan efektif dalam keselamatan pasien dan kemudahan yang diberikan pada pelanggan yang berobat pada rumah sakit tersebut. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab cukup setuju, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option C (Cukup setuju).

Tabel 21 menunjukkan tentang informasi yang diberikan pada pelanggan cukup jelas. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab cukup jelas. Hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option C (Cukup jelas).

Informasi sangat penting bagi para calon konsumen, kita harus memperhatikan informasi yang akan kita berikan kepada masyarakat banyak, apabila informasi yang kita berikan tidak jelas maka pelanggan atau konsumen tidak mengerti dan akan bertanya-tanya tentang informasi yang kita berikan dan gunakanlah media yang pas sehingga pesan yang kita sampaikan tidak salah sasaran.

Disini perusahaan dalam memberikan informasi cukup jelas kepada para pelanggan sehingga pelanggan tidak bingung tentang informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada mereka (pelanggan).

Tabel 22 menunjukkan tentang setiap ada keluhan pihak rumah sakit menangani dengan penanganan yang tidak memuaskan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab jarang, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option C (Jarang)

Salah satu budaya yang diterapkan oleh perusahaan mengatakan bahwa perusahaan menganggap konsumen adalah raja. dan konsumen diharapkan

memperoleh kepuasan yang tinggi dari perusahaan. Sehingga pelanggan merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena dengan adanya penerapan budaya pada perusahaan ini.

Tabel 23 menunjukkan tentang kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan pada pelanggan. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab sesuai, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (sesuai)

Tabel 24 menunjukkan tentang fasilitas yang ada dirumah sakit awal brot termasuk dalam kategori lengkap. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab sesuai, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (Sesuai)

Tabel 25 menunjukkan tentang apakah pelanggan puas dengan semua pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah sakit. Dalam hal ini sebagian besar responden menjawab puas, hal ini dapat diketahui dari besarnya persentase yang memilih option B (Puas)

Salah satu budaya yang diterapkan oleh perusahaan mengatakan bahwa perusahaan menganggap konsumen adalah raja, dan konsumen diharapkan memperoleh kepuasan yang tinggi dari perusahaan. Sehingga pelanggan merasa puas terhadap semua pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena dengan adanya penerapan budaya pada perusahaan ini.

Pelayanan menurut Rosady Ruslan (2005: 36) merupakan hal yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan serta menumbuhkan kesan atau persepsi

yang positif dari pihak pelanggan. bagus atau jeleknya perusahaan dimata pelanggan tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Public relations Rumah Sakit Awal Bros sudah menjalankan tugas nya dengan bagus terutama dalam pelayanan pada pelanggan hal ini bisa dilihat dari beberapa optjion pertanyaan yang penulis tanyakan pada pelanggan, meski demikian *public relations* rumah sakit tidak boleh merasa puas dengan apa yang sudah di capai, karena yang namanya manusia tidak akan pernah merasa puas dengan apa yang dimiliki maka harus meningkatkannya lagi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah hal yang paling utama yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan, pihak rumah sakit awal bros telah melakukan hal tersebut sesuai dengan banyak nya jawaban responden mengatakan baik pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.

B. Usaha – usaha yang dilakukan oleh *public relations* Rumah Sakit Awal Bros dalam meningkatkan kepuasan pelanggan

1. Kemudahan pelanggan untuk mencari kami (pihak perusahaan)
2. Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan
3. Selalu memberikan layanan yang cepat, tepat, tanggap serta mampu menangani keluhan pelanggan
4. Memberikan wujud fisik bangunan agar mudah dipahami oleh pelanggan

5. Menyediakan kotak saran tentang pelayanan yang kami berikan
6. Hadapi keluhan pelanggan dengan sikap hormat
7. Mendengarkan keluhan-keluhan yang diutarakan oleh pelanggan
8. Jangan terbawa emosi atas sikap pelanggan
9. Jangan memotong pembicaraan konsumen apabila belum selesai berbicara
10. Tawarkan jalan keluar yang baik untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan – keluhan tersebut.
11. Memberikan informasi yang detail kepada calon pelanggan.
12. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada setiap calon pelanggan

C. Tanggapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Sakit

Awal Bros Pekanbaru

Pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada mereka adalah baik. Maksud baik disini adalah berupa kesopanan pihak perusahaan melayani mereka, ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan, informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada mereka, kemudahan untuk ditemui serta selalu menangani keluhan pelanggan dengan cepat. Hal ini bisa dilihat dari pada angket yang telah disebarkan kepada pelanggan.

Pelanggan menilai bahwa pihak perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik kepada mereka sehingga pelanggan atau konsumen

merasa puas terhadap pihak perusahaan, dan pelanggan berharap kepada pihak perusahaan selalu memberikan pelayanan seperti itu agar pelanggan selalu merasa senang.

Tujuan perusahaan adalah menyenangkan hati pelanggan dan perusahaan ini telah berhasil melakukan hal seperti yang diinginkan oleh perusahaan, pelangganlah yang menentukan apakah pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan sudah menyenangkan pelanggan atau belum.

D. Rumusan Kajian

Public Relations menurut Fund dan Wagnal (2005: 2) adalah seseorang yang memiliki teknik atau kiat yang digunakan untuk menciptakan dan memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap organisasi atau perusahaan yang diwakilinya

Kepuasan pelanggan menurut kotler (2001: 13) mengatakan bahwa suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Jika kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli maka otomatis pembeli akan merasa senang dan puas terhadap produk yang ditawarkan oleh seorang *public relations*.

Jadi dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa seorang *public relations* selalu berusaha untuk menciptakan dan memelihara sikap yang

dimilikinya sehingga pelanggan atau konsumen menilai seorang *public relations* mencerminkan perusahaan yang diwakilinya.

Public relations selalu berusaha semampunya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan karena pelanggan atau konsumen selalu berharap memperoleh barang dan jasa sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak merasa kecewa telah mengeluarkan uang untuk membeli barang tersebut. apabila barang tidak sesuai dengan harapan pembeli maka konsumen akan kecewa telah mengeluarkan uang untuk membeli produk tersebut.

Maka seorang *public relations* sangat berperan terhadap kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan adalah tujuan utama *public relations*. Berdasarkan hasil angket yang telah disebarkan kepada pelanggan, pelanggan menilai bahwa pelayanan yang diberikan *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru sudah sesuai dengan harapan konsumen.

Untuk itu *public relations* harus bisa mempertahankan pelayanan yang selama ini telah diberikan kepada pelanggan dan *public relations* harus berusaha agar lebih baik lagi walaupun konsumen telah menilai baik, dan seorang *public relations* jangan terlena dengan tanggapan pelanggan yang telah menilai *public relations* sudah baik dalam memberikan pelayanan, apabila *public relations* terlena maka akan merugikan pihak perusahaan.

Disini *public relations* Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru telah melakukan perannya dengan baik sesuai dengan yang diharapkan oleh

pelanggan. Karena tugas seorang *public relation* adalah menciptakan opini yang baik untuk perusahaan yang diwakilinya dan hal tersebut telah terlaksana sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan sesuai dengan angket yang telah disebarkan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdurrahman, Oemi. 1990. *Dasar-Dasar Public Relations*, Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian*, Rineka Citra: Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kencana: Jakarta.
- Efendy, Onong Uchana. 2005. *Ilmu Komunikasi*, Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Soemirat, Soleh. 2005. *Dasar-Dasar Public Relations*, PT. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Tubs, Stewart L. 2001. *Human Communication (prinsip-prinsip dasar)* PT. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Kotler. 2005. *Membangaun Sebuah Pendekatan Teoritis, Diklat* (Konvensi Perhimpunan Masyarakat Indonesia Pengurus Cabang Riau).
- Tjiptono, fandy. 2006. *Manajemen Jasa*, CV. Andi offset: Yogyakarta.
- Soekanto. 2000. *Suatu Pengantar*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Cultip, dkk. 2007. *Efektif Public Relations*. Kencana: Jakarta.
- Yakub, M.Dahlan. 1994. *Kamus Ilmiah Populer*. Kencana: Jakarta.
- Suyanto. 2006. *Sosiologi teks Pengantar dan Terapan*. Kencana: Jakarta.
- Subagyo, P Joko. 1991. *Metode Penelitian Teori dan Praktek*. PT Rineka Cipta: Jakarta.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations edisi ke empat*. Erlangga: Jakarta.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Erlangga: Jakarta.
- Wirasmita, Yuyun. 2002. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Dokumen-dokumen

Arsip Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru Tahun 2010

Lampiran bagan susunan organisasi Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru

Lampiran tugas dan tanggung jawab karyawan Rumah Sakit Awal Bros
Pekanbaru